

Bruxelles - le 04 mai 2023 - 7h00 CET

Information réglementée et privilégiée¹

AB InBev publie les résultats du premier trimestre 2023

Exécution cohérente de notre stratégie stimulant une croissance à deux chiffres des produits et des bénéfices

« La dynamique de nos activités s'est maintenue au cours de ce trimestre, permettant de réaliser une hausse des produits de 13.2% grâce à une croissance des volumes et des produits par hl, ainsi qu'une augmentation de l'EBITDA de 13.6%. Nous poursuivons nos investissements sur le long terme et ces résultats renforcent notre confiance dans la résilience de la catégorie bière, l'efficacité de notre stratégie et la capacité de notre plateforme à assurer une croissance rentable et constante. » – Michel Doukeris, CEO, AB InBev

Produits totaux

+13.2%

Les produits ont augmenté de 13.2%, avec une hausse des produits par hl de 12.4%.

15.4% d'augmentation pour les produits combinés de nos marques mondiales, Budweiser, Stella Artois et Corona, en dehors de leurs marchés domestiques respectifs.

Environ 62% de nos produits réalisés via les plateformes numériques B2B, la base d'utilisateurs actifs mensuels de BEES atteignant 3.1 millions d'utilisateurs.

Plus de 100 millions d'USD de produits générés par notre écosystème direct-to-consumer.

Volumes totaux

+0.9%

Les volumes totaux ont augmenté de 0.9%, les volumes de nos propres bières affichant une hausse de 0.4% et les volumes des non-bières, une hausse de 3.6%.

EBITDA normalisé

+13.6%

L'EBITDA normalisé de 4 759 millions d'USD représente une hausse de 13.6%, avec un accroissement de la marge EBITDA normalisé de 13 points de base à 33.5%.

Bénéfice sous-jacent

1 310 millions d'USD

Le bénéfice sous-jacent (bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev hors impact de l'hyperinflation) était de 1 310 millions d'USD au 1T23, par rapport à 1 204 millions d'USD au 1T22.

BPA sous-jacent

0.65 USD

Le BPA sous-jacent était de 0.65 USD au 1T23, en hausse par rapport à 0.60 USD au 1T22.

¹L'information ci-jointe constitue une information privilégiée au sens du Règlement (UE) N° 596/2014 du Parlement européen et du Conseil du 16 avril 2014 sur les abus de marché, et une information réglementée au sens de l'arrêté royal belge du 14 novembre 2007 relatif aux obligations des émetteurs d'instruments financiers admis à la négociation sur un marché réglementé. Pour consulter les mentions légales importantes et les notes sur la base de préparation, veuillez-vous référer à la page 14.

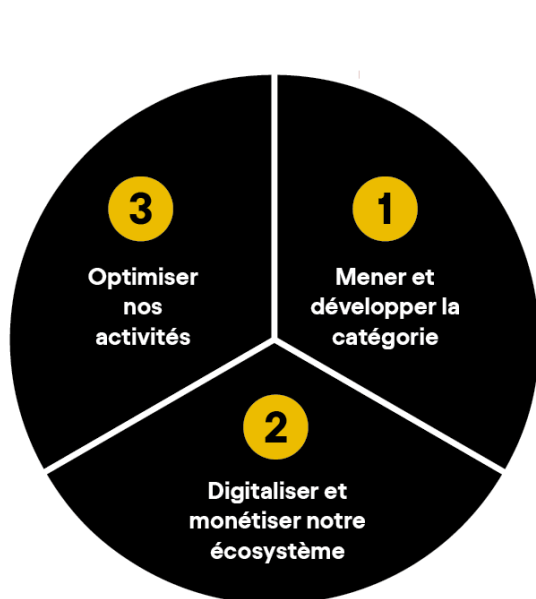
Commentaires de la direction

Exécution cohérente de notre stratégie stimulant une croissance à deux chiffres des produits et des bénéfices

Nous avons réalisé une croissance des produits de 13.2%, en alliant une croissance des volumes de 0.9% et une croissance des produits par hl de 12.4%, stimulée par des actions en termes de prix, la premiumisation constante et d'autres initiatives de gestion des produits. L'EBITDA a augmenté de 13.6%, avec un accroissement de la marge de 13 points de base, malgré les coûts défavorables attendus des matières premières et tout en augmentant nos investissements commerciaux et de marketing dans nos marques. Le bénéfice par action sous-jacent en USD a augmenté de 8.7%.

Progression de nos priorités stratégiques

Nous continuons à mettre en œuvre et à investir dans les trois piliers stratégiques clés afin de réaliser une croissance constante et d'assurer une création de valeur à long terme.



1

Mener et développer la catégorie :

Au cours de ce trimestre, nous avons réalisé une croissance généralisée des volumes totaux de 0.9%, affichant une croissance des volumes et des produits sur plus de 60% et 80% de nos marchés, respectivement.

2

Digitaliser et monétiser notre écosystème :

BEES a réalisé environ 8.2 milliards d'USD en valeur brute des marchandises, une hausse de 32% par rapport au 1T22, 62% de nos produits étant générés par nos canaux numériques B2B. BEES Marketplace est opérationnelle sur 15 marchés et a généré environ 1.2 milliards d'USD en valeur brute des marchandises annualisée, et parmi les consommateurs de BEES, 59% sont également acheteurs Marketplace.

3

Optimiser nos activités :

L'EBITDA a augmenté de 13.6%, avec un accroissement de la marge de 13 points de base, favorisé par une affectation rigoureuse des ressources et une gestion des frais généraux.

1

Mener et développer la catégorie

Nous utilisons cinq leviers éprouvés et évolutifs pour favoriser l'expansion de catégorie :

- **Catégorie inclusive** : Grâce à l'attention portée aux innovations en matière de marques, d'emballages et de produits, nous avons poursuivi l'accroissement du pourcentage moyen de consommateurs effectuant des achats dans notre portefeuille de marques, selon nos estimations. Cette hausse de la participation a été la plus marquée sur nos marchés émergents.
- **Supériorité core** : Notre portefeuille mainstream a réalisé une croissance des produits d'un peu plus de 10% et a réalisé un gain de part de marché sur 75% de nos marchés clés, selon nos estimations.
- **Développement des occasions** : Notre portefeuille mondial de bières sans alcool a enregistré une hausse des produits de plus de 30%, notre performance ayant été stimulée par Budweiser Zero au Brésil et aux États-Unis, qui était la marque de bière sans alcool par volume #1 au 1T23, et la croissance de Corona Cero

au Canada et en Europe. En outre, nos produits numériques direct-to-consumer nous permettent d'acquérir une connaissance plus approfondie de nos consommateurs, entraînant le développement de nouvelles occasions de consommation, telles que Brahma Soccer Wednesday's et Corona Sunsets.

- **Premiumisation** : Notre portefeuille de bières above core a enregistré une croissance des produits d'environ 15%, grâce au maintien d'une croissance à deux chiffres de Michelob ULTRA aux États-Unis et au Mexique, et à une croissance à deux chiffres d'Original et de Spaten au Brésil. Nos marques mondiales ont augmenté leurs produits de 15.4% en dehors de leurs marchés domestiques, menées par Budweiser qui affiche une croissance de 17.8%, soutenues par la reprise de la demande des consommateurs en Chine et par une croissance continue en Inde. Stella Artois a enregistré une croissance de 13.3% et Corona, une croissance de 11.9%.
- **Beyond Beer** : Notre activité mondiale Beyond Beer a généré plus de 325 millions d'USD de produits et a enregistré une hausse d'un chiffre dans le bas de la fourchette, la croissance mondiale ayant été partiellement atténuée par un secteur faible des seltzer à base de malt aux États-Unis. Au Brésil, Beats est parvenu à activer la demande au cours du retour du Carnaval et a enregistré une croissance des produits de plus de 75%. Aux États-Unis, dans le segment des boissons spiritueuses prêtes-à-boire, Cutwater et NÜTRL vodka seltzer ont enregistré ensemble une croissance des produits de plus de 50%.

2 Digitaliser et monétiser notre écosystème

- **Digitaliser nos relations avec plus de 6 millions de clients dans le monde** : Au 31 mars 2023, BEES est opérationnelle sur 20 marchés, environ 62% de nos produits du 1T23 ayant été générés à travers les plateformes numériques B2B. Au 1T23, BEES a atteint 3.1 millions d'utilisateurs actifs mensuels et réalisé environ 8.2 milliards d'USD en valeur brute des marchandises, soit une croissance de 16% et 32% respectivement par rapport au 1T22. BEES Marketplace est opérationnelle sur 15 marchés, et parmi les clients de BEES, 59% sont également acheteurs Marketplace. Marketplace a généré environ 295 millions d'USD en valeur brute des marchandises provenant des ventes de produits tiers, soit une croissance de 34% par rapport au 1T22.
- **Se placer en tête des solutions DTC** : Notre écosystème omnicanal direct-to-consumer (DTC) de produits numériques et physiques a généré plus de 330 millions d'USD de produits, soit une augmentation d'un chiffre dans le haut de la fourchette par rapport au 1T22. Nos produits DTC numériques, Zé Delivery, TaDa et PerfectDraft sont désormais disponibles sur 20 marchés, et ont généré plus de 100 millions d'USD de produits, représentant une croissance d'un peu plus de 10% par rapport au 1T22.

3 Optimiser nos activités

L'EBITDA a augmenté de 13.6%, avec un accroissement de la marge de 13 points de base, favorisé par une affectation rigoureuse des ressources et une gestion des frais généraux. Notre portefeuille d'obligations maintient un taux de coupon moyen pondéré très raisonnable d'environ 4% avant impôt, avec 95% du portefeuille à taux fixe. En reconnaissance de nos progrès vers le désendettement et de notre solide flux de trésorerie disponible, notre notation de crédit a récemment été améliorée, passant de Baa1 à A3 (Moody's) et de BBB+ à A- (S&P).

Promouvoir nos priorités de développement durable

Nous continuons de déployer notre programme de développement durable afin de favoriser notre vision commerciale et de remplir notre objectif entrepreneurial. La collaboration est essentielle pour parvenir à un avenir plus durable et, ce trimestre, nous avons été désignés par le CDP comme l'un des meilleurs Supplier Engagement Leaders de 2022, en reconnaissance des mesures que nous prenons pour stimuler la décarbonisation à travers l'ensemble de notre chaîne d'approvisionnement.

Créer un avenir avec plus de célébrations

Grâce à la mise en œuvre cohérente de nos leviers d'expansion de catégorie, nous continuons de mener et développer la catégorie bière, ce qui a donné lieu à une croissance généralisée des volumes et des produits sur l'ensemble de nos marchés. La digitalisation et la monétisation de notre écosystème nous rapprochent plus que jamais de nos clients et consommateurs et nous poursuivons l'optimisation de nos activités en nous axant continuellement sur l'affectation stricte des ressources et l'efficacité quotidienne.

Nous investissons à long terme et poursuivons le développement de notre plateforme pour réaliser une croissance rentable constante. Notre portefeuille de marques en tête du secteur dans toutes les gammes de prix, notre empreinte géographique avantageuse et notre transformation numérique accélérée nous offrent une position idéale pour générer de la valeur pour nos parties prenantes et réaliser notre objectif de créer un avenir avec plus de célébrations.

Perspectives 2023

- (i) **Performance générale** : Nous prévoyons une hausse de notre EBITDA conforme à nos perspectives à moyen terme, c'est-à-dire entre 4-8%, 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'EX23 reflètent notre évaluation actuelle de l'inflation et du contexte macroéconomique.
- (ii) **Coûts financiers nets** : Les charges nettes d'intérêts liées aux retraites et les charges de désactualisation devraient se situer entre 200 et 230 millions d'USD par trimestre, en fonction de la fluctuation des devises et des taux d'intérêt. Pour l'EX23, le coupon moyen de la dette brute devrait se situer autour de 4%.
- (iii) **Taux d'imposition effectif (TIE)** : Le TIE normalisé devrait se situer entre 27% et 29% au cours de l'EX23. 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'EX23.

Tableau 1. Résultats consolidés (millions d'USD)

	1T22	1T23	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	139 344	140 548	0.9%
Nos propres bières	120 585	121 060	0.4%
Volumes des non-bières	17 945	18 587	3.6%
Produits de tiers	815	901	12.0%
Produits	13 235	14 213	13.2%
Marge brute	7 246	7 696	12.4%
Marge brute en %	54.8%	54.1%	-35 bps
EBITDA normalisé	4 486	4 759	13.6%
Marge EBITDA normalisé	33.9%	33.5%	13 bps
EBIT normalisé	3 294	3 503	14.9%
Marge EBIT normalisé	24.9%	24.6%	39 bps
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	95	1 639	
Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 204	1 310	
Bénéfice par action (USD)	0.05	0.81	
Bénéfice sous-jacent par action (USD)	0.60	0.65	

Tableau 2. Volumes (milliers d'hl)

	1T22	Scope	Croissance interne	1T23	Croissance interne	
					Volumes totaux	Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	24 087	16	-250	23 853	-1.0%	-1.1%
Amériques du Centre	34 249	-	23	34 271	0.1%	-0.5%
Amérique du Sud	40 394	-7	-101	40 286	-0.2%	-1.8%
EMEA	20 124	43	-210	19 958	-1.0%	-1.5%
Asie-Pacifique	20 288	-	1 826	22 114	9.0%	8.8%
Exportations Globales et Sociétés Holding	202	-52	-84	66	-55.7%	-56.5%
AB InBev au niveau mondial	139 344	-	1 204	140 548	0.9%	0.4%

Performance des marchés clés

États-Unis : Poursuite de la croissance des produits avec un EBITDA stable, malgré des coûts élevés

- **Performance opérationnelle** : Les produits ont augmenté de 4.0%, les produits par hl affichant une progression de 5.6% menée par des initiatives de gestion des produits et une premiumisation continue. Nos ventes aux grossistes ont baissé de 1.6% et nos ventes aux détaillants ont diminué de 3.0%, une performance inférieure au secteur, selon nos estimations. L'EBITDA est resté stable.
- **Faits commerciaux marquants** : Les performances du secteur brassicole se sont améliorées au 1T23, prouvant sa résilience malgré l'inflation actuelle. Nous continuons de mettre en œuvre notre stratégie commerciale, nos marques de bières above core et nos boissons « Beyond Beer » augmentant collectivement la part de nos produits. Notre portefeuille de bières above core a continué de gagner de la part de marché dans le segment, avec une croissance des volumes à un chiffre dans le bas de la fourchette. Dans le segment Beyond Beer, notre portefeuille de boissons spiritueuses prêtes-à-boire a enregistré une forte croissance des volumes à deux chiffres.

Mexique : Croissance à deux chiffres des produits et des bénéfices

- **Performance opérationnelle** : Les produits ont augmenté d'environ 15% avec une croissance des produits par hl d'un peu plus de 10% stimulée par des actions en termes de prix et d'autres initiatives de gestion des produits. Nos volumes ont augmenté d'un chiffre dans le bas de la fourchette, surpassant le secteur, soutenus par les effets d'échelonnement dus à la date précoce de Pâques. L'EBITDA a augmenté d'un peu plus de 10%.
- **Faits commerciaux marquants** : Nous avons enregistré une croissance des volumes généralisée dans tous les segments de prix, stimulée par la poursuite du développement de notre portefeuille et de la transformation numérique. Nos marques above core ont, une fois encore, stimulé notre croissance, permettant une hausse des volumes d'un peu plus de 10%, menée par Michelob ULTRA et Modelo. Nous avons poursuivi l'expansion de nos initiatives numériques et physiques DTC avec notre plateforme DTC numérique, TaDa, étant désormais opérationnelle dans plus de 50 villes et honorant en moyenne plus de 300 000 commandes par mois, et notre empreinte Modelorama étant encore élargie pour atteindre plus de 10 000 magasins.

Colombie : Maintien de la croissance des produits et des gains de part de consommation d'alcool malgré les pressions inflationnistes qui pèsent sur la demande des consommateurs

- **Performance opérationnelle** : Les produits ont augmenté d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, avec une croissance des produits par hl d'un chiffre dans le haut de la fourchette, stimulée par des actions en termes de prix et d'autres initiatives de gestion des produits. Les volumes ont régressé d'un chiffre dans le bas de la fourchette, la demande globale des consommateurs ayant été impactée par les pressions inflationnistes. L'EBITDA a enregistré une baisse d'un chiffre dans le bas de la fourchette principalement en raison de l'impact négatif prévu des coûts des matières premières et des coûts de distribution élevés.
- **Faits commerciaux marquants** : Nous continuons d'investir dans nos leviers d'expansion de catégorie pour mener et développer la catégorie, notre portefeuille de bière continuant d'afficher un gain de part de consommation totale d'alcool. Notre portefeuille mainstream en tête du secteur a stimulé nos performances, réalisant une croissance des produits d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, Poker enregistrant une performance particulièrement solide avec une croissance des volumes d'un chiffre dans le haut de la fourchette.

Brésil : Croissance à deux chiffres des produits et des bénéfices avec un accroissement de la marge

- **Performance opérationnelle** : Les produits ont augmenté de 15.7%, les produits par hl affichant une progression de 12.9% menée par des initiatives de gestion des produits et une premiumisation continue. Les volumes ont augmenté de 2.5%, les volumes de bière enregistrant une hausse de 0.9%, représentant une part de marché stable, et les volumes de non-bière une hausse de 7.3%. L'EBITDA a augmenté de 26.5% avec un accroissement de la marge de 235 points de base.
- **Faits commerciaux marquants** : Nos portefeuilles premium et super premium ont continué de surpasser le secteur, enregistrant une croissance des volumes d'environ 35%, menée par Original et Spaten. La croissance des volumes de non-bière a été stimulée par la performance de Guaraná Antarctica Zero et Pepsi Black et soutenue par l'expansion de la disponibilité du portefeuille grâce à BEES. BEES Marketplace a continué de développer des partenariats et la disponibilité de ses produits, atteignant plus de 700 000 clients, soit une augmentation de 70% par rapport au 1T22. Notre plateforme numérique DTC, Zé Delivery, a atteint 5 millions d'utilisateurs actifs mensuels, soit une hausse de 9% par rapport au 1T22.

Europe : Croissance à deux chiffres des produits et croissance à un chiffre dans le haut de la fourchette des bénéfices

- **Performance opérationnelle** : Nos produits ont augmenté d'un peu plus de 10%, avec des volumes en ligne avec ceux du 1T22 et une hausse des produits par hl d'un peu plus de 10%, stimulée par des actions en termes de prix, la demande continue pour nos marques premium et la reprise dans le canal de la consommation hors domicile. L'EBITDA a progressé d'un chiffre dans le haut de la fourchette.
- **Faits commerciaux marquants** : Nous avons poursuivi la premiumisation de notre portefeuille en Europe. Notre portefeuille de marques mondiales et super premium a réalisé une croissance des produits d'un peu plus de 10%, menée par Budweiser et Corona.

Afrique du Sud : Croissance des produits à un chiffre dans le haut de la fourchette avec des volumes trimestriels records

- **Performance opérationnelle** : Les produits ont augmenté d'un chiffre dans le haut de la fourchette, avec une hausse des produits par hl d'un chiffre dans le haut de la fourchette et une croissance des volumes d'un chiffre dans le bas de la fourchette, une performance supérieure au secteur selon nos estimations. L'EBITDA a enregistré une baisse d'un chiffre dans le bas de la fourchette principalement en raison de l'impact négatif prévu des coûts des matières premières.
- **Faits commerciaux marquants** : La dynamique de nos activités s'est maintenue, avec des volumes records au premier trimestre. Nos performances ont été stimulées par Carling Black Label, la marque de bière #1 dans le pays, enregistrant une croissance des produits de plus de 20%. Nos portefeuilles premium, super premium et Beyond Beer ont tous affiché une hausse des produits à deux chiffres.

Chine : Croissance à deux chiffres des produits et des bénéfices due à l'accélération de la demande des consommateurs

- **Performance opérationnelle** : Les volumes ont augmenté de 7.4%, une performance supérieure au secteur selon nos estimations, l'environnement opérationnel dans nos régions et canaux de vente clés s'étant amélioré au cours du trimestre. Les produits par hl ont augmenté de 3.3%, menés par la premiumisation et des initiatives de gestion des produits, entraînant une croissance de 11% des produits. L'EBITDA a progressé de 13.2%.
- **Faits commerciaux marquants** : Nous avons enregistré une croissance des volumes dans tous les segments de notre portefeuille, stimulée par la poursuite de nos investissements dans notre stratégie commerciale. Notre performance a été menée par nos marques premium et super premium qui ont enregistré une croissance des volumes d'environ 10%. Le déploiement et l'adoption de la plateforme BEES se sont accélérés, BEES étant désormais présente dans plus de 180 villes et représentant environ 40% de nos produits du mois de mars.

Faits marquants sur nos autres marchés

- **Canada** : Les produits ont augmenté d'environ 15% avec une croissance des produits par hl d'un chiffre dans le haut de la fourchette, stimulée par les initiatives de gestion des produits et la premiumisation. Les volumes ont augmenté d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, une performance supérieure au secteur, soutenus par une comparaison favorable par rapport aux restrictions sanitaires mises en place au 1T22.
- **Pérou** : Nous avons enregistré une croissance à deux chiffres des produits, avec une croissance des produits par hl d'un peu plus de 10%, menée par les actions en termes de prix et d'autres initiatives de gestion des produits. Les volumes ont augmenté d'un chiffre dans le bas de la fourchette.
- **Équateur** : Nos produits ont augmenté d'un chiffre dans le haut de la fourchette, avec une croissance des volumes d'un chiffre dans le bas de la fourchette, soutenue par une comparaison favorable par rapport aux restrictions sanitaires imposées en janvier 2022. Nous continuons de mettre l'accent sur l'expansion de la catégorie bière et la stimulation de la premiumisation de nos marques above core, qui enregistrent une croissance des produits à deux chiffres.
- **Argentine** : Les produits ont enregistré une croissance à un chiffre dans le haut de la fourchette, sur une base rapportée en USD, et de 100% sur une base interne, soutenue par les initiatives de gestion des produits dans un environnement hautement inflationniste. Les volumes ont régressé d'un chiffre dans le haut de la fourchette principalement en raison des pressions inflationnistes qui pèsent sur le pouvoir d'achat des consommateurs.
- **Afrique hors Afrique du Sud** : Au Nigéria, nos produits ont régressé d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, avec une baisse des volumes de bières d'environ 20%, une performance correspondant à celle du secteur, selon nos estimations. La performance du secteur a été impactée par un manque temporaire de devise locale limitant la capacité des consommateurs à acheter des marchandises. Dans nos autres marchés, les produits totaux ont augmenté d'un chiffre dans le haut de la fourchette, sous l'impulsion de la Tanzanie, de l'Ouganda et du Ghana.
- **Corée du Sud** : Les volumes ont enregistré une croissance à deux chiffres, soutenue par la solide performance de notre championne locale, Cass, une expansion continue de la part de marché et la poursuite de l'amélioration de l'environnement opérationnel. Les produits par hl ont augmenté d'un chiffre dans le bas de la fourchette, entraînant une croissance des produits d'un peu plus de 10%.

Compte de résultats consolidé

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

	1T22	1T23	Croissance interne
Produits	13 235	14 213	13.2%
Coûts des ventes	-5 989	-6 517	-14.0%
Marge brute	7 246	7 696	12.4%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-4 116	-4 344	-10.3%
Autres produits/(charges) d'exploitation	164	152	7.4%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non sous-jacents	3 294	3 503	14.9%
Éléments non sous-jacents au-dessus de l'EBIT (incl. pertes de valeur)	-96	-46	
Produits/(coûts) financiers nets	-1 192	-1 237	
Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents	104	375	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	55	50	
Éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées	-1 143	-	
Impôts sur le résultat	-524	-597	
Bénéfice	499	2 048	
Bénéfice attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	404	409	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	95	1 639	
EBITDA normalisé	4 486	4 759	13.6%
Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 204	1 310	

Nous rapportons les résultats de nos activités en Argentine en appliquant le traitement comptable de l'hyperinflation, conformément à l'IAS 29, suite à la catégorisation de l'Argentine comme un pays ayant un taux d'inflation cumulé sur trois ans supérieur à 100%, depuis 2018. L'inflation en Argentine s'est accélérée au cours des 12 derniers mois, entraînant un impact plus important que par le passé sur la croissance interne des produits d'AB InBev. À titre d'exemple, si l'on exclut entièrement les activités en Argentine, la croissance interne des produits au 1T23 d'AB InBev s'élèverait à 9.1% par rapport aux 13.2% rapportés.

Les autres produits/(charges) d'exploitation consolidés du 1T23 ont augmenté de 7.4%, principalement sous l'effet de la hausse des subventions gouvernementales. Au 1T22, Ambev a reconnu des produits de 17 millions d'USD dans les autres produits d'exploitation liés aux crédits d'impôts. Cet impact est présenté comme un changement dans le périmètre et n'affecte pas les taux de croissance interne présentés.

Éléments non sous-jacents au-dessus de l'EBIT & éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées

Tableau 4. Éléments non sous-jacents au-dessus de l'EBIT et éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées (millions d'USD)		
	1T22	1T23
Coûts liés au COVID-19	-9	-
Restructuration	-37	-27
Cession d'activités et vente d'actifs (y compris les pertes de valeur)	-4	-19
Coûts liés à AB InBev Efes	-46	-
Éléments non sous-jacents dans l'EBIT	-96	-46
Éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées	-1 143	-

L'EBIT ne comprend pas les éléments négatifs non sous-jacents de 46 millions d'USD au 1T23.

Les éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées au 1T22 comprennent une charge de dépréciation non-cash de 1 143 millions d'USD que l'entreprise a enregistrée sur son investissement dans AB InBev Efes.

Produits/(coûts) financiers nets

Tableau 5. Produits/(coûts) financiers nets (millions d'USD)		
	1T22	1T23
Charges nettes d'intérêts	-846	-806
Charges d'intérêts nettes liées aux pensions	-18	-21
Charges de désactualisation	-150	-183
Produits d'intérêts nets sur les crédits d'impôts brésiliens	48	31
Autres résultats financiers	-225	-257
Produits/(coûts) financiers nets	-1 192	-1 237

Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents

Tableau 6. Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents (millions d'USD)		
	1T22	1T23
Ajustements à la valeur de marché	231	375
Gain/(perte) sur le remboursement d'obligations et autres	-127	-
Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents	104	375

Les coûts financiers nets non sous-jacents au 1T23 comprennent des gains évalués à la valeur de marché résultant des instruments dérivés conclus pour couvrir notre programme de paiement fondé sur des actions et les actions émises dans le cadre des regroupements avec Grupo Modelo et SAB.

Le nombre d'actions incluses dans la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions, l'instrument d'actions différées et les actions restreintes, ainsi que les cours d'ouverture et de clôture des actions sont présentés dans le tableau 7.

Tableau 7. Instruments non sous-jacents dérivés sur fonds propres		
	1T22	1T23
Prix de l'action au début de la période (Euro)	53.17	56.27
Prix de l'action à la fin de la période (Euro)	54.26	61.33
Nombre d'instruments de fonds propres (millions) à la fin de la période	100.5	100.5

Impôts sur le résultat

Tableau 8. Impôts sur le résultat (millions d'USD)		
	1T22	1T23
Impôts sur le résultat	524	597
Taux d'impôts effectif	24.8%	23.0%
Taux d'impôts effectif normalisé	25.6%	26.8%

L'augmentation de notre TIE normalisé au 1T23 par rapport au 1T22 est stimulée par le mix pays.

Tableau 9. Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev (millions d'USD)		
	1T22	1T23
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	95	1 639
Impact net des éléments non sous-jacents sur le résultat	1 119	-342
Impacts d'hyperinflation dans le bénéfice sous-jacent	-11	13
Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 204	1 310

BPA de base et sous-jacent

Tableau 10. Bénéfice par action (USD)		
	1T22	1T23
BPA de base	0.05	0.81
Impact net des éléments non sous-jacents sur le résultat	0.56	-0.18
Impacts d'hyperinflation dans le bénéfice par action	-0.01	0.01
BPA sous-jacent	0.60	0.65
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires et restreintes (millions)	2 012	2 015

Tableau 11. Composantes clés du BPA sous-jacent (USD)		
	1T22	1T23
EBIT normalisé hors hyperinflation	1.65	1.76
Impacts d'hyperinflation dans l'EBIT normalisé	-0.01	-0.02
EBIT normalisé	1.65	1.74
Coûts financiers nets	-0.59	-0.61
Impôts sur le résultat	-0.27	-0.30
Associés et participations ne donnant pas le contrôle	-0.17	-0.18
Impacts d'hyperinflation dans le bénéfice par action	-0.01	0.01
BPA sous-jacent	0.60	0.65
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires et restreintes (millions)	2 012	2 015

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

Tableau 12. Réconciliation de l'EBITDA normalisé et bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev (millions d'USD)		
	1T22	1T23
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	95	1 639
Participations ne donnant pas le contrôle	404	409
Bénéfice	499	2 048
Impôts sur le résultat	524	597
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	-55	-50
Éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées	1 143	-
(Produits)/coûts financiers nets	1 192	1 237
(Produits)/coûts financiers nets non sous-jacents	-104	-375
Éléments non sous-jacents au-dessus de l'EBIT (incl. pertes de valeur)	96	46
EBIT normalisé	3 294	3 503
Amortissements et dépréciations	1 192	1 255
EBITDA normalisé	4 486	4 759

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) impôts sur le résultat, (iii) quote-part dans le résultat des entreprises associées, (iv) éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées, (v) coûts ou produits financiers nets, (vi) coûts ou produits financiers nets non sous-jacents, (vii) éléments non sous-jacents au-dessus de l'EBIT 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.

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 les chiffres de croissance interne et les 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. La croissance interne de nos marques mondiales, Budweiser, Stella Artois et Corona, exclut les exportations vers l'Australie pour lesquelles une licence perpétuelle a été accordée à un tiers lors de la cession des activités australiennes en 2020. Toutes les références données par hectolitre (par hl) ne comprennent pas les activités non-bières aux États-Unis. 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. 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. À partir du 1er janvier 2023, les gains/(pertes) évalués à la valeur de marché d'instruments dérivés liés à la couverture de nos programmes de paiement fondé sur des actions sont rapportés dans les produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents. La présentation de 2022 a été modifiée pour se conformer à la présentation de 2023. Nous rapportons les résultats de l'Argentine en appliquant le traitement comptable de l'hyperinflation depuis le 3T18. 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. Au 1T23, nous avons rapporté un impact négatif sur le bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev de 13 millions d'USD. L'impact sur le BPA de base au 1T23 était de -0.01 USD. Les valeurs indiquées dans les tableaux et les annexes peuvent ne pas concorder à cause d'arrondis. Le BPA du 1T23 est basé sur la moyenne pondérée de 2 015 millions d'actions, comparée à une moyenne pondérée de 2 012 millions d'actions pour le 1T22.

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 naturellement soumises à des incertitudes et des changements au gré des circonstances. Les déclarations prévisionnelles contenues dans le présent communiqué comprennent des déclarations qui ne sont pas relatives à des données historiques, et sont généralement rédigées au futur ou comprennent des mots ou expressions tels que « pourrait », « devrait », « croire », « avoir l'intention », « s'attendre à », « anticiper », « viser », « estimer », « probable », « prévoir » ou d'autres mots ou expressions ayant une portée similaire. Toutes les déclarations qui ne sont pas relatives à des données historiques sont des déclarations prévisionnelles. Vous ne devriez pas accorder une confiance excessive à ces déclarations prévisionnelles, qui reflètent le point de vue actuel du management d'AB InBev, sont soumises à de nombreux risques et incertitudes concernant AB InBev et dépendent de nombreux facteurs, qui pour certains échappent au 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 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 17 mars 2023. Un grand nombre de ces risques et incertitudes sont, et seront, exacerbés par toute nouvelle dégradation de l'environnement commercial et économique mondial, du conflit actuel entre la Russie et l'Ukraine et de la pandémie de COVID-19. 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, les rapports inclus dans le Formulaire 6-K, et 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. AB InBev ne s'engage pas à mettre à jour ou à réviser publiquement ces déclarations prévisionnelles, à la lumière de nouvelles informations, événements futurs ou autre, sauf si la loi l'exige. Les données financières relatives au premier trimestre 2023 (1T23) présentées aux tableaux 1 (excepté les informations relatives aux volumes), 3 à 5, 6, 8, 9 et 12 du présent communiqué de presse sont extraites des états financiers intermédiaires consolidés condensés non audités du groupe arrêtés au 31 mars 2023 et pour la période de trois 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 7, 10 et 11 sont extraites des documents comptables sous-jacents arrêtés au 31 mars 2023 et pour la période de trois 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 4 mai 2023 :

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

Détails concernant l'inscription :

Webdiffusion (mode écoute uniquement) :

[AB InBev 1Q23 Results Webcast](#)

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

Gratuit : +1 877-407-8029

Payant : +1 201-689-8029

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

Cyrus Nentin

Tél : +1 646 746 9673

E-mail : cyrus.nentin@ab-inbev.com

Médias

Kate Laverge

Tél : +1 917 940 7421

E-mail : kate.laverge@ab-inbev.com

Ana Zenatti

Tél : +1 646 249 5440

E-mail : ana.zenatti@ab-inbev.com

Michaël Cloots

Tél : +32 497 167 183

E-mail : michael.cloots@ab-inbev.com

À propos d'Anheuser-Busch InBev (AB InBev)

Anheuser-Busch InBev (AB 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). En tant qu'entreprise, nous rêvons en grand pour créer un avenir avec plus de célébrations. Nous cherchons toujours à concevoir de nouvelles manières de profiter pleinement des moments de la vie, de faire progresser notre secteur et d'avoir un impact significatif dans le monde. 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 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 167 000 collaborateurs basés dans près de 50 pays de par le monde. En 2022, les produits rapportés d'AB InBev s'élevaient à 57.8 milliards d'USD (hors joint-ventures et entités associées).

Annexe 1 : Information sectorielle

AB InBev au niveau mondial	1T22	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1T23	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	139 344	-	-	1 204	140 548	0.9%
dont volumes de nos propres bières	120 585	10	-	465	121 060	0.4%
Produits	13 235	-19	-741	1 739	14 213	13.2%
Coûts des ventes	-5 989	9	301	- 839	-6 517	-14.0%
Marge brute	7 246	-10	-440	900	7 696	12.4%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-4 116	-5	200	-424	-4 344	-10.3%
Autres produits/(charges) d'exploitation	164	-18	-5	11	152	7.4%
EBIT normalisé	3 294	-33	-245	487	3 503	14.9%
EBITDA normalisé	4 486	-33	-299	605	4 759	13.6%
Marge EBITDA normalisé	33.9%				33.5%	13 bps

Amérique du Nord	1T22	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1T23	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	24 087	16	-	-250	23 853	-1.0%
Produits	3 803	2	-24	193	3 973	5.1%
Coûts des ventes	-1 563	-1	8	-119	-1 675	-7.6%
Marge brute	2 239	-	-16	75	2 298	3.3%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 070	-26	11	-53	-1 138	-4.8%
Autres produits/(charges) d'exploitation	21	-	-	-13	8	-
EBIT normalisé	1 190	-26	-5	9	1 168	0.8%
EBITDA normalisé	1 378	-26	-7	5	1 350	0.3%
Marge EBITDA normalisé	36.2%				34.0%	-160 bps

Amériques du Centre	1T22	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1T23	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	34 249	-	-	23	34 271	0.1%
Produits	3 098	-	51	340	3 489	11.0%
Coûts des ventes	-1 190	-	-19	-147	-1 355	-12.3%
Marge brute	1 908	-	32	193	2 133	10.1%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-757	-4	-18	-99	-878	-13.0%
Autres produits/(charges) d'exploitation	2	-	-	-4	-2	-
EBIT normalisé	1 154	-4	14	90	1 254	7.8%
EBITDA normalisé	1 450	-4	24	108	1 578	7.4%
Marge EBITDA normalisé	46.8%				45.2%	-148 bps

Amérique du Sud	1T22	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1T23	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	40 394	-7	-	- 101	40 286	-0.2%
Produits	2 707	-	-465	865	3 107	31.9%
Coûts des ventes	-1 374	-	151	-304	-1 526	-22.1%
Marge brute	1 334	-	-314	561	1 581	42.0%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-754	-7	112	-230	-878	-30.2%
Autres produits/(charges) d'exploitation	69	-17	-	38	90	73.5%
EBIT normalisé	649	-24	-201	369	793	59.1%
EBITDA normalisé	846	-24	-226	433	1 029	52.6%
Marge EBITDA normalisé	31.2%				33.1%	476 bps

EMEA	1T22	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1T23	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'lhs)	20 124	43	-	-210	19 958	-1.0%
Produits	1 799	16	-163	170	1 823	9.4%
Coûts des ventes	- 914	-8	91	-173	-1 004	-18.8%
Marge brute	885	8	-72	-3	819	-0.3%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-661	-14	50	-20	-645	-3.0%
Autres produits/(charges) d'exploitation	38	-1	-2	-	35	1.1%
EBIT normalisé	263	-7	-24	-23	209	-8.8%
EBITDA normalisé	500	-7	-45	13	462	2.7%
Marge EBITDA normalisé	27.8%				25.3%	-166 bps

Asie-Pacifique	1T22	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1T23	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'lhs)	20 288	-	-	1 826	22 114	9.0%
Produits	1 636	-4	-137	209	1 705	12.8%
Coûts des ventes	-775	-	66	-114	-823	-14.7%
Marge brute	862	-4	-70	95	883	11.1%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-467	3	35	-20	-449	-4.2%
Autres produits/(charges) d'exploitation	41	-	-3	-6	32	-14.4%
EBIT normalisé	435	-2	-38	70	465	16.1%
EBITDA normalisé	611	-2	-51	69	628	11.4%
Marge EBITDA normalisé	37.3%				36.8%	-47 bps

Exportations Globales et Sociétés Holding	1T22	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1T23	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'lhs)	202	-52	-	-84	66	-55.7%
Produits	191	-33	-3	-39	117	-24.4%
Coûts des ventes	-173	18	3	18	-134	11.6%
Marge brute	18	-15	-	-21	-18	-
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-406	43	9	-2	-356	-0.5%
Autres produits/(charges) d'exploitation	-7	-	-	-5	-12	-
EBIT normalisé	-396	29	9	-28	-386	-7.5%
EBITDA normalisé	-300	28	6	-23	-288	-8.4%