

Bruxelles – 31 octobre 2023 – 7 h 00 CET

 Information réglementée et privilégiée¹

AB InBev publie les résultats du troisième trimestre 2023

La poursuite de la dynamique mondiale, partiellement atténuée par la performance aux États-Unis, a généré une croissance des produits et des bénéfices à un chiffre dans la moyenne de la fourchette

« La force de notre empreinte mondiale a assuré un nouveau trimestre de croissance des produits et des bénéfices. Les produits ont augmenté de 5.0%, avec une hausse de l'EBITDA de 4.1%. Nous continuons d'investir dans nos priorités stratégiques à long terme. » – Michel Doukeris, CEO d'AB InBev

Produits totaux

+5.0%

Les produits ont augmenté de 5.0% au 3T23 avec une hausse des produits par hl de 9.0%, et de 8.3% durant les 9M23, avec une hausse des produits par hl de 10.1%.

15.1% d'augmentation des produits combinés de nos marques mondiales, Budweiser, Stella Artois, Corona et Michelob Ultra, en dehors de leurs marchés domestiques respectifs au 3T23, et 16.2% pour les 9M23.

Environ 66% de nos produits réalisés via les plateformes numériques B2B, la base d'utilisateurs actifs mensuels de BEES atteignant 3.4 millions d'utilisateurs.

Plus de 125 millions d'USD de produits générés par notre écosystème direct-to-consumer.

Volumes totaux

-3.4%

Au 3T23, les volumes totaux ont diminué de 3.4%, les volumes de nos propres bières marquant un recul de 4.0% et les volumes non-bières, une hausse de 1.4%. Aux 9M23, les volumes totaux ont diminué de 1.4%, les volumes de nos propres bières marquant un recul de 1.9% et les volumes non-bières, une hausse de 1.8%.

EBITDA normalisé

+4.1%

Au 3T23, l'EBITDA normalisé a augmenté de 4.1% à 5 431 millions d'USD, et la marge EBITDA normalisée a perdu 29 points de base à 34.9%. Aux 9M23, l'EBITDA normalisé a augmenté de 7.3% à 15 099 millions d'USD, et la marge EBITDA normalisée a perdu 31 points de base à 33.6%. Les chiffres de l'EBITDA normalisé des 9M22 tiennent compte d'un impact de 201 millions d'USD de crédits d'impôt au Brésil.

Bénéfice sous-jacent

1 735 millions d'USD

Le bénéfice sous-jacent (bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev hors éléments non sous-jacents et impact de l'hyperinflation) était de 1 735 millions d'USD au 3T23 par rapport à 1 682 millions d'USD au 3T22, et de 4 497 millions d'USD aux 9M23 par rapport à 4 354 millions d'USD aux 9M22.

BPA sous-jacent

0.86 USD

Le BPA sous-jacent était de 0.86 USD au 3T23, en hausse par rapport à 0.84 USD au 3T22, et de 2.23 USD aux 9M23, en hausse par rapport à 2.16 USD aux 9M22.

Allocation de capital

Remboursement de la dette à hauteur de

3 milliards d'USD

Programme de rachat d'actions de

1 milliard d'USD

La société a approuvé une offre de rachat en numéraire des obligations en circulation pour un prix de rachat total jusqu'à 3 milliards d'USD et le Conseil d'Administration d'AB InBev a approuvé un programme de rachat d'actions d'un montant de 1 milliard d'USD qui sera exécuté au cours des 12 prochains mois. Pour plus de détails, veuillez consulter la section Événements Récents en page 15.

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 16.

Commentaires de la direction

La poursuite de la dynamique mondiale, partiellement atténuée par la performance aux États-Unis, a généré une croissance des produits et des bénéfices à un chiffre dans la moyenne de la fourchette

Nous avons réalisé une hausse des produits de 5.0%, avec une croissance des produits sur environ 80% de nos marchés, stimulée par une augmentation des produits par hl de 9.0% résultant d'actions de tarification, de la premiumisation continue et d'autres initiatives de gestion des produits. Les volumes ont reculé de 3.4%, la croissance dans nos régions Amériques du centre, Afrique et Asie-Pacifique étant principalement atténuée par la performance aux États-Unis et un secteur faible en Europe. L'EBITDA a augmenté de 4.1% avec une réduction de la marge de 29 points de base, une gestion disciplinée des frais généraux et une affectation efficace des ressources ayant permis une hausse des investissements dans la vente et le marketing et a compensé en partie les coûts défavorables attendus des matières premières. Le BPA sous-jacent était de 0.86 USD.

Progression de nos priorités stratégiques

Nous poursuivons la mise en œuvre de trois piliers stratégiques clés et les investissements dans ceux-ci 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 hausse des produits sur environ 80% de nos marchés.

2

Digitaliser et monétiser notre écosystème :

BEES a réalisé environ 10.4 milliards d'USD en valeur brute des marchandises, une hausse de 27% par rapport au 3T22, 66% de nos produits étant générés par nos canaux numériques B2B. BEES Marketplace est opérationnelle sur 15 marchés et a généré environ 1.7 milliards d'USD en valeur brute des marchandises annualisée, et parmi les consommateurs de BEES, 65% sont également acheteurs Marketplace.

3

Optimiser nos activités :

Nous continuons à nous concentrer sur le désendettement et avons approuvé une offre de rachat en numéraire des obligations en circulation pour un prix de rachat total jusqu'à 3 milliards d'USD. En outre, dans le cadre de notre objectif de maximiser la création de valeur, le Conseil d'Administration d'AB InBev a approuvé un programme de rachat d'actions d'un montant de 1 milliard d'USD qui sera exécuté au cours des 12 prochains mois.

1

Mener et développer la catégorie

Poussés par notre portefeuille de méga-marques, nous utilisons les cinq leviers éprouvés et évolutifs pour favoriser l'expansion de catégorie :

- **Participation à la catégorie** : Au 3T23, le pourcentage de consommateurs effectuant des achats dans notre portefeuille de marques a augmenté ou est resté stable sur la majorité de nos marchés, selon nos estimations. Les hausses de participation au cours de ce trimestre sont surtout attribuables aux consommatrices sur les marchés clés en Afrique et en Europe.

- **Supériorité core** : Au 3T23, notre portefeuille mainstream a réalisé une hausse à un chiffre dans la moyenne de la fourchette, la hausse à deux chiffres en Afrique du Sud, en Colombie et en République dominicaine étant partiellement atténuée par la baisse des produits de Bud Light aux États-Unis. Nos marques mainstream ont gagné ou maintenu leur part de segment sur la majorité 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 10% au cours de ce trimestre, notre performance ayant été stimulée par Budweiser Zero au Brésil et par la croissance de Corona Cero au Canada, au Mexique et en Europe. En tirant parti de nos produits numériques direct-to-consumer, nous développons de nouvelles connaissances sur les consommateurs et de nouvelles occasions de consommation. Par exemple, en Amérique latine, Zé Delivery et TaDa favorisent une hausse de la consommation à domicile de packs de bouteilles en verre consignées en augmentant la disponibilité et la commodité.
- **Premiumisation** : Notre portefeuille de bières above core a généré une hausse des produits à un chiffre dans le haut de la fourchette au 3T23, stimulée par nos marques mondiales qui ont généré des produits de 15.1% en dehors de leurs marchés domestiques. Corona a réalisé une hausse des produits de 18.8%, tandis que Budweiser affiche une croissance de 11.8%, Stella Artois de 20.3% et Michelob Ultra de 11.5%.
- **Beyond Beer** : Notre activité mondiale Beyond Beer a généré environ 385 millions d'USD de produits au cours du trimestre et a enregistré une hausse à un chiffre dans la moyenne de la fourchette par rapport au 3T22, la croissance mondiale ayant été partiellement atténuée par un secteur faible des seltzer à base de malt aux États-Unis. La croissance mondiale a été principalement stimulée par l'expansion de Flying Fish en Afrique et du portefeuille Vicky au Mexique.

2 Digitaliser et monétiser notre écosystème

- **Digitaliser nos relations avec plus de 6 millions de clients dans le monde** : Au 30 septembre 2023, BEES est opérationnelle sur 25 marchés, environ 66% de nos produits du 3T23 ayant été générés à travers les plateformes numériques B2B. Au 3T23, BEES a atteint 3.4 millions d'utilisateurs actifs mensuels et réalisé environ 10.4 milliards d'USD en valeur brute des marchandises, soit une croissance de 11% et 27% respectivement par rapport au 3T22. BEES Marketplace est opérationnelle sur 15 marchés, et parmi les consommateurs de BEES, 65% sont également acheteurs marketplace. Marketplace a généré environ 420 millions d'USD en valeur brute des marchandises provenant des ventes de produits tiers au cours de ce trimestre, soit une croissance de 52% par rapport au 3T22.
- **Se placer en tête des solutions DTC** : Notre écosystème omnicanal direct-to-consumer (DTC) de produits numériques et physiques a généré plus de 390 millions d'USD de produits au 3T23. Nos super-plateformes DTC, Zé Delivery, TaDa et PerfectDraft sont disponibles sur 21 marchés, ont généré 16.9 millions de commandes e-commerce et ont rapporté plus de 125 millions d'USD de produits au cours de ce trimestre, ce qui représente une hausse de 9% par rapport au 3T22.

3 Optimiser nos activités

- **Maximiser la création de valeur** : L'objectif de nos priorités en matière d'allocation dynamique du capital est de maximiser la création de valeur pour nos actionnaires. Nous continuons à gérer de manière proactive notre portefeuille de dettes et avons approuvé une offre de rachat en numéraire des obligations en circulation pour un prix de rachat total jusqu'à 3 milliards d'USD. En outre, grâce à la poursuite de notre dynamique mondiale et à la forte génération de flux de trésorerie disponible, le Conseil d'Administration d'AB InBev a approuvé un programme de rachat d'actions de 1 milliard d'USD qui sera exécuté au cours des 12 prochains mois. Notre BPA sous-jacent était de 0.86 d'USD ce trimestre, soit une augmentation de 0.02 d'USD par action par rapport au 3Q22, grâce à la croissance nominale de l'EBITDA et à l'optimisation continue de nos coûts financiers nets.

Pour plus de détails sur l'offre de rachat en numéraire et le programme de rachat d'actions, veuillez consulter la section Événements Récents en page 15.

- **Promouvoir nos priorités de développement durable** : Nous avons continué d'innover et de réaliser des progrès en vue de nos objectifs de développement durable 2025 à travers des initiatives locales clés présentant un potentiel de déploiement à l'échelle mondiale. En matière d'action pour le climat, pour soutenir nos efforts de Scope 3, nous avons organisé une collaboration des fournisseurs ainsi que des événements de formation sur nos marchés clés. En matière d'agriculture durable, nous avons accueilli plus de 200 agriculteurs pour notre journée annuelle des producteurs aux États-Unis afin de faire connaître les résultats de nos recherches sur une variété d'orge et de nos tests de gestion des cultures. En matière de gestion de l'eau, nous avons lancé un partenariat avec WaterAid au Ghana concernant un système de distribution d'eau fonctionnant à l'énergie solaire afin de contribuer à favoriser la distribution d'eau propre et salubre aux communautés dans le besoin. En matière d'emballages circulaires, nous avons continué de déployer notre programme au Mexique visant à récupérer les bouteilles destinées à la décharge, collectant plus de 145 millions de bouteilles au cours du 3T23.

Créer un avenir avec plus de célébrations

Au cours des 9M23, nous avons réalisé une hausse des produits de 8.3%, avec une hausse des produits par hl de 10.1%, et une hausse de l'EBITDA de 7.3% tout en poursuivant nos investissements à long terme dans nos marques, notre capacité et notre transformation numérique. La catégorie bière est importante et en pleine croissance, et nos avantages uniques de leadership mondial, nos vecteurs de croissance répliquables et notre rentabilité supérieure nous placent en bonne position 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 pour l'EX23 devrait se situer entre 27% et 29%. 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 pour l'EX23 devraient se situer entre 4.5 et 5.0 milliards d'USD.

Tableau 1. Résultats consolidés (millions d'USD)

	3T22	3T23	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	157 284	151 891	-3.4%
Nos propres bières	137 796	132 325	-4.0%
Volumes des non-bières	18 332	18 589	1.4%
Produits de tiers	1 156	977	-14.2%
Produits	15 091	15 574	5.0%
Marge brute	8 232	8 394	4.1%
Marge brute en %	54.5%	53.9%	-44 bps
EBITDA normalisé	5 313	5 431	4.1%
Marge EBITDA normalisé	35.2%	34.9%	-29 bps
EBIT normalisé	4 055	4 027	2.7%
Marge EBIT normalisé	26.9%	25.9%	-57 bps
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 433	1 472	
Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 682	1 735	
Bénéfice par action (USD)	0.71	0.73	
Bénéfice sous-jacent par action (USD)	0.84	0.86	

	9M22	9M23	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	446 358	440 021	-1.4%
Nos propres bières	389 488	382 135	-1.9%
Volumes des non-bières	53 820	54 812	1.8%
Produits de tiers	3 050	3 075	2.4%
Produits	43 118	44 907	8.3%
Marge brute	23 475	24 190	7.2%
Marge brute en %	54.4%	53.9%	-55 bps
EBITDA normalisé	14 896	15 099	7.3%
Marge EBITDA normalisé	34.5%	33.6%	-31 bps
EBIT normalisé	11 160	11 099	6.2%
Marge EBIT normalisé	25.9%	24.7%	-48 bps
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	3 126	3 450	
Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	4 354	4 497	
Bénéfice par action (USD)	1.55	1.71	
Bénéfice sous-jacent par action (USD)	2.16	2.23	

Tableau 2. Volumes (milliers d'hl)

	3T22	Scope	Croissance interne	3T23	Croissance interne	
					Volumes totaux	Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	27 775	-19	-4 749	23 007	-17.1%	-17.9%
Amériques du Centre	37 314	-	617	37 931	1.7%	0.9%
Amérique du Sud	40 644	-	- 911	39 733	-2.2%	-2.6%
EMEA	23 724	49	-367	23 407	-1.5%	-1.6%
Asie-Pacifique	27 610	-	62	27 672	0.2%	0.1%
Exportations Globales et Sociétés Holding	217	-30	-46	141	-24.4%	23.2%
AB InBev au niveau mondial	157 284	-	-5 393	151 891	-3.4%	-4.0%

	9M22	Scope	Croissance interne	9M23	Croissance interne	
					Volumes totaux	Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	79 223	31	-8 853	70 401	-11.2%	-11.6%
Amériques du Centre	109 338	-	757	110 095	0.7%	-0.2%
Amérique du Sud	117 459	-	-1 703	115 756	-1.4%	-2.0%
EMEA	66 686	153	- 591	66 249	-0.9%	-1.1%
Asie-Pacifique	72 995	-	4 266	77 261	5.8%	5.7%
Exportations Globales et Sociétés Holding	657	-185	-214	259	-45.2%	-48.5%
AB InBev au niveau mondial	446 358	-	-6 336	440 021	-1.4%	-1.9%

Performance des marchés clés

États-Unis : Baisse des produits de 13.5%, impactés par la performance des volumes

- **Performance opérationnelle :**
 - **3T23** : Les produits ont diminué de 13.5%, avec une progression des produits par hl de 4.9% stimulée par les initiatives de gestion des produits. Les ventes aux grossistes ont diminué de 17.6%. Les ventes aux détaillants ont diminué de 16.6%, principalement en raison de la baisse des volumes de Bud Light et de l'impact de l'échelonnement des livraisons avant notre hausse des prix en octobre de l'année dernière. L'EBITDA a baissé de 29.3%, avec environ deux tiers de cette baisse imputables à la performance en matière de parts de marché, et le reste à la perte de productivité, la hausse des investissements dans les ventes et le marketing et aux mesures de soutien en faveur de nos partenaires grossistes.
 - **9M23** : Les produits ont diminué de 7.1%, avec une croissance des produits par hl de 5.3%. Nos ventes aux grossistes ont reculé de 11.7% et nos ventes aux détaillants ont baissé de 11.8%. L'EBITDA a diminué de 20.0%.
- **Faits commerciaux marquants** : Le secteur de la bière est resté résilient au 3T23, assurant une croissance des produits de 3.3% et gagnant des parts dans les ventes totales d'alcool en termes de valeur pour la consommation à domicile, selon Circana. Notre part de marché totale de bière est restée stable de la dernière semaine d'avril à fin septembre. Pour soutenir notre stratégie à long terme, nous continuons d'investir dans nos méga-marques, nos mesures de soutien aux grossistes et nos partenariats clés, notamment avec la NFL et Folds of Honor, ainsi que dans de nouvelles activations dans le football américain universitaire et la NBA. Dans le segment Beyond Beer, notre portefeuille de boissons spiritueuses prêtes-à-boire a continué d'enregistrer une forte croissance à deux chiffres des volumes, surpassant le secteur.

Mexique : Croissance à un chiffre dans la moyenne de la fourchette des produits et des bénéfiques

- **Performance opérationnelle :**
 - **3T23** : Les produits ont augmenté d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, avec une croissance des produits par hl à un chiffre dans le haut de la fourchette, stimulée par des opérations de tarification et d'autres initiatives de gestion des produits. Les volumes ont régressé d'un chiffre dans le bas de la fourchette, légèrement en dessous d'un secteur faible après une solide performance en termes de part de marché au 3T22. L'EBITDA a progressé d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette.
 - **9M23** : Les produits ont augmenté de plus de 10%, les produits par hl affichant une hausse d'un peu plus de 10% et les volumes restant stables. L'EBITDA a augmenté d'un peu plus de 10%.
- **Faits commerciaux marquants** : Nos marques core ont réalisé une hausse des produits à un chiffre dans la moyenne de la fourchette au cours de ce trimestre, et notre portefeuille above core a continué de se surpasser, sous l'impulsion de la solide performance de Modelo et Pacifico. Nous avons continué de faire progresser nos initiatives numériques, notre plateforme Vendo dans BEES permettant désormais les paiements numériques pour les services utilitaires ainsi que les achats de données mobiles dans plus de 90 000 points de vente et ayant généré plus de 170 000 transactions au 3T23.

Colombie : Croissance à deux chiffres des produits et des bénéfices

- **Performance opérationnelle :**
 - **3T23** : Les produits ont augmenté d'environ 15% avec une hausse des volumes à un chiffre dans le bas de la fourchette et une hausse des produits par hl d'un peu plus de 10% stimulées par des opérations de tarification et d'autres initiatives de gestion des produits. L'EBITDA a augmenté d'environ 15%.
9M23 : 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. Les volumes sont restés stables. L'EBITDA a augmenté de plus de 10%.
- **Faits commerciaux marquants** : Notre portefeuille core a stimulé nos performances au cours de ce trimestre, réalisant une croissance des produits d'environ 15%, Poker enregistrant une performance particulièrement solide avec une croissance des volumes à un chiffre dans le haut de la fourchette. Dans le segment above core, Corona a surpassé le secteur, réalisant une hausse des volumes d'un peu plus de 10%.

Brésil : Croissance à un chiffre dans la moyenne de la fourchette des produits et croissance à deux chiffres des bénéfices avec un accroissement de la marge de 628 points de base

- **Performance opérationnelle :**
 - **3T23** : Les produits ont progressé de 5.3%, les produits par hl affichant une croissance de 5.5% stimulée par les initiatives de gestion des produits dans un environnement d'inflation modérée. Les volumes totaux sont restés stables et les volumes de bières ont régressé de 1.1%, après la meilleure performance trimestrielle en termes de volumes au 3T22. Les volumes non-bières ont augmenté de 3.7%. L'EBITDA a augmenté de 30.5% avec un accroissement de la marge de 628 points de base.
 - **9M23** : Les volumes totaux sont restés stables, les volumes de bière affichant une baisse de 1.0%, et les volumes non-bières une hausse de 3.0%. Les produits et les produits par hl ont augmenté de 9.9%. L'EBITDA a augmenté de 28.7% avec un accroissement de la marge de 435 points de base.
- **Faits commerciaux marquants** : Nos marques premium et super premium ont continué de se surpasser au cours du trimestre, enregistrant une croissance des volumes d'un peu plus de 10%, menée par Original, Spaten et Corona. La performance des non-bières a été stimulée par notre portefeuille de boissons à faible teneur en sucre et sans sucre, qui affiche une hausse des volumes de plus de 20%. BEES Marketplace a poursuivi son expansion, atteignant plus de 750 000 clients, soit une augmentation de 15% par rapport au 3T22, et augmentant la valeur brute des marchandises de 32%. Notre plateforme numérique DTC, Zé Delivery, a atteint 4.7 millions d'utilisateurs actifs mensuels ce trimestre, soit une hausse de 9% par rapport au 3T22, et a augmenté la valeur brute des marchandises de 8%.

Europe : Croissance à un chiffre dans le bas de la fourchette des produits et des bénéfices

- **Performance opérationnelle :**
 - **3T23** : Les produits affichent une augmentation à un chiffre dans le bas de la fourchette, avec une hausse des produits par hl d'environ 15%, stimulée par les actions de tarification et la poursuite de la dynamique de nos marques premium et super premium. Les volumes ont régressé d'un chiffre dans le haut de la fourchette, surpassant un secteur faible sur plus de 80% de nos marchés clés, selon nos estimations. L'EBITDA a progressé d'un chiffre dans le bas de la fourchette.
 - **9M23** : Les produits ont enregistré une hausse à un chiffre dans le haut de la fourchette, stimulée par une hausse d'environ 15% des produits par hl. Les volumes ont diminué d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette. L'EBITDA a augmenté d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette.

- **Faits commerciaux marquants** : Nous continuons de stimuler la premiumisation à travers l'Europe. Notre performance au cours de ce trimestre a été stimulée par nos marques premium et super premium, qui ont réalisé une hausse des produits à un chiffre dans la moyenne de la fourchette, menée par Leffe et Stella Artois. Notre transformation numérique en Europe progresse, BEES étant désormais opérationnelle au Royaume-Uni, en Allemagne et dans les îles Canaries.

Afrique du Sud : Croissance à deux chiffres des produits et à un chiffre dans la moyenne de la fourchette des bénéfices

- **Performance opérationnelle** :
 - **3T23** : Les produits ont augmenté de près de 20%, avec une croissance des produits par hl à un chiffre dans le haut de la fourchette, stimulée par les initiatives de gestion des produits et la premiumisation continue. Nos volumes affichent une hausse à un chiffre dans le haut de la fourchette, surpassant le secteur selon nos estimations, soutenue par l'échelonnement des livraisons avant notre hausse des prix en octobre. L'EBITDA a augmenté d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, la croissance des produits étant partiellement atténuée par l'effet défavorable attendu des devises et du coût des matières premières.
 - **9M23** : Les produits ont progressé d'environ 15%, avec une croissance des produits par hl à un chiffre dans le haut de la fourchette et une hausse des volumes à un chiffre dans la moyenne de la fourchette. L'EBITDA a progressé d'un chiffre dans le bas de la fourchette.
- **Faits commerciaux marquants** : La dynamique de nos activités s'est poursuivie ce trimestre, notre portefeuille gagnant des parts de marché tant pour la consommation de bière que pour la consommation totale d'alcool, selon nos estimations. Notre portefeuille core a continué de surperformer, avec une croissance des volumes à un chiffre dans le haut de la fourchette, et nos marques mondiales ont augmenté leurs volumes de plus de 35%, sous l'impulsion de Corona et de Stella Artois.

Chine : Croissance à un chiffre dans le haut de la fourchette des produits et des bénéfices

- **Performance opérationnelle** :
 - **3T23** : Nos produits ont augmenté de 7.1%, les produits par hl augmentant de 7.3%, stimulés par la reprise de la consommation hors domicile et la poursuite de la premiumisation. Les volumes sont restés stables, surpassant un secteur plus faible. L'EBITDA a augmenté de 9.6%.
 - **9M23** : Les volumes ont augmenté de 5.7% et les produits par hl de 6.4%, donnant lieu à une hausse des produits totaux de 12.5%. L'EBITDA a progressé de 14.8%.
- **Faits commerciaux marquants** : Nous continuons d'investir dans notre stratégie commerciale axée sur la premiumisation, l'expansion géographique et des canaux et la transformation numérique. Notre performance au cours de ce trimestre a été tirée par nos marques premium et super premium, qui affichent une progression des volumes de plus de 10%, stimulée par la reprise de la consommation hors domicile et l'expansion vers de nouvelles villes. Le déploiement et l'adoption de la plateforme BEES se sont poursuivis, BEES étant désormais présente dans plus de 230 villes, et avec plus de 65% de nos produits ayant été générés via des canaux numériques en septembre.

Faits marquants sur nos autres marchés

- **Canada** : Les produits ont reculé d'un chiffre dans le haut de la fourchette au cours de ce trimestre, avec une croissance des produits par hl à un chiffre dans le haut de la fourchette, stimulée par les initiatives de gestion des produits et la premiumisation. Les volumes ont régressé d'un peu plus de 10%, faisant moins bien que le secteur, pourtant faible.
- **Pérou** : Les produits ont augmenté de plus de 10% au cours de ce trimestre, avec une croissance des produits par hl à un chiffre dans le haut de la fourchette menée principalement par les initiatives de gestion des produits. Les volumes affichent une hausse à un chiffre dans le bas de la fourchette, tirée par la performance de notre principale marque core Pilsen Callao et notre portefeuille non-bières.
- **Équateur** : Les produits ont augmenté d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette au cours de ce trimestre, malgré une baisse des volumes à un chiffre dans le bas de la fourchette, le secteur ayant été impacté par quatre jours de perte d'activité en raison des lois interdisant la consommation d'alcool durant les élections. Nos marques above core ont continué de tirer notre performance, réalisant une hausse des produits à un chiffre dans le haut de la fourchette.
- **Argentine** : Les produits ont enregistré une croissance de plus de 100% sur une base interne au 3T23, stimulée par les initiatives de gestion des produits dans un environnement hautement inflationniste. Les volumes ont régressé d'environ 15%, la demande globale des consommateurs ayant été impactée par les pressions inflationnistes.
- **Afrique hors Afrique du Sud** : Au Nigéria, nos produits ont progressé de plus de 30% au cours de ce trimestre, sous l'impulsion des actions de tarification et d'autres initiatives de gestion des produits. Les volumes de bière ont reculé de plus de 10%, en raison d'un secteur faible qui continue d'être impacté par un contexte opérationnel difficile. Sur nos autres marchés, les volumes ont augmenté dans l'ensemble d'un chiffre dans le haut de la fourchette au 3T23, principalement sous l'impulsion du Mozambique, de la Tanzanie et de l'Ouganda.
- **Corée du Sud** : Les produits totaux ont régressé d'un chiffre dans le haut de la fourchette ce trimestre, une performance inférieure à un secteur faible après une reprise post-COVID au 3T22. Les produits par hl ont diminué d'un chiffre dans le bas de la fourchette, principalement en raison d'une hausse des accises plus tôt cette année.

Compte de résultats consolidé

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

	3T22	3T23	Croissance interne
Produits	15 091	15 574	5.0%
Coûts des ventes	-6 860	-7 180	-6.0%
Marge brute	8 232	8 394	4.1%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-4 347	-4 583	-6.0%
Autres produits/(charges) d'exploitation	170	217	18.8%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non sous-jacents	4 055	4 027	2.7%
Éléments non sous-jacents au-dessus de l'EBIT (incl. pertes de valeur)	-165	-352	
Produits/(coûts) financiers nets	-1 313	-1 223	
Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents	-144	84	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	81	95	
Impôts sur le résultat	-688	-666	
Bénéfice	1 825	1 966	
Bénéfice attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	392	494	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 433	1 472	
EBITDA normalisé	5 313	5 431	4.1%
Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 682	1 735	
	9M22	9M23	Croissance interne
Produits	43 118	44 907	8.3%
Coûts des ventes	-19 644	-20 717	-9.6%
Marge brute	23 475	24 190	7.2%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-12 963	-13 635	-8.5%
Autres produits/(charges) d'exploitation	648	544	23.4%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non sous-jacents	11 160	11 099	6.2%
Éléments non sous-jacents au-dessus de l'EBIT (incl. pertes de valeur)	-270	-458	
Produits/(coûts) financiers nets	-3 757	-3 743	
Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents	32	-619	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	210	201	
Éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées	-1 143	-	
Impôts sur le résultat	-1 933	-1 858	
Bénéfice	4 299	4 621	
Bénéfice attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	1 174	1 171	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	3 126	3 450	
EBITDA normalisé	14 896	15 099	7.3%
Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	4 354	4 497	

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, 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 3T23 d'AB InBev s'élèverait à 1.6% par rapport aux 5.0% rapportés. Pour les 9M23, la croissance des produits d'AB InBev s'élèverait à 4.9% par rapport aux 8.3% rapportés.

Les autres produits/(charges) d'exploitation consolidés du 3T23 ont augmenté de 23.4%, principalement sous l'effet de la hausse des subventions gouvernementales. Pour les 9M22, Ambev a reconnu des produits de 201 millions d'USD dans les autres produits d'exploitation liés aux crédits d'impôts. Le changement par rapport à l'année précédente 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

	3T22	3T23	9M22	9M23
Coûts liés au COVID-19	-2	-	-16	-
Restructuration	-13	-28	-63	-78
Cession d'activités et vente d'actifs (y compris les pertes de dépréciation)	-149	-324	-143	-361
Frais juridiques	-	-	-	-19
Coûts liés à AB InBev Efes	-1	-	-48	-
Éléments non sous-jacents dans l'EBIT	-165	-352	-270	-458
Éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées	-	-	-1 143	-

L'EBIT ne comprend pas les éléments négatifs non sous-jacents de 352 millions d'USD du 3T23 et de 458 millions d'USD des 9M23. Au 3T23, nous avons reconnu une perte d'environ 300 millions d'USD suite à la cession à Tilray Brands, Inc. d'un portefeuille de huit marques de bières et boissons et d'actifs associés aux États-Unis.

Les éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées des 9M22 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 au 1T22.

Produits/(coûts) financiers nets

	3T22	3T23	9M22	9M23
Charges nettes d'intérêts	-826	-789	-2 509	-2 419
Charges d'intérêts nettes liées aux pensions	-18	-22	-55	-64
Charges de désactualisation	-215	-194	-551	-579
Produits d'intérêts nets sur les crédits d'impôts brésiliens	34	29	146	107
Autres résultats financiers	-287	-247	-788	-787
Produits/(coûts) financiers nets	-1 313	-1 223	-3 757	-3 743

Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents

	3T22	3T23	9M22	9M23
Ajustements à la valeur de marché	-144	84	152	-619
Remboursement anticipé d'obligations et autres	-	-	-120	-
Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents	-144	84	32	-619

Les coûts financiers nets non sous-jacents pour les 9M23 comprennent des pertes évaluées à la valeur de marché résultant des instruments dérivés conclus pour couvrir nos programmes de paiement fondés sur des actions et les actions émises dans le cadre des rapprochements avec Grupo Modelo et SAB.

Le nombre d'actions incluses dans la couverture de notre programme de paiements fondé 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.

	3T22	3T23	9M22	9M23
Prix de l'action au début de la période (Euro)	51.36	51.83	53.17	56.27
Prix de l'action à la fin de la période (Euro)	46.75	52.51	46.75	52.51
Nombre d'instruments de fonds propres (millions) à la fin de la période	100.5	100.5	100.5	100.5

Impôts sur le résultat

Tableau 8. Impôts sur le résultat (millions d'USD)				
	3T22	3T23	9M22	9M23
Impôts sur le résultat	688	666	1 933	1 858
Taux d'impôts effectif	28.3%	26.3%	27.0%	29.6%
Taux d'impôts effectif normalisé	26.3%	25.2%	27.5%	26.5%

La baisse du TIE normalisé au 3T23 par rapport au 3T22 et la baisse au cours des 9M23 par rapport aux 9M22 sont stimulées par le mix pays.

Tableau 9. Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev (millions d'USD)				
	3T22	3T23	9M22	9M23
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 433	1 472	3 126	3 450
Impact net des éléments non sous-jacents sur le résultat	274	224	1 280	973
Impacts d'hyperinflation dans le bénéfice sous-jacent	- 26	39	- 52	74
Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 682	1 735	4 354	4 497

Le bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs de capitaux propres a été impacté positivement, au 3T22 et au cours des 9M22, par les 21 millions d'USD et par les 172 millions d'USD respectivement, ainsi qu'au 3T23 et au cours des 9M23, par les 18 millions d'USD et les 66 millions d'USD respectivement, après impôts et participations ne donnant pas le contrôle, liés à des crédits d'impôt au Brésil.

BPA de base et sous-jacent

Tableau 10. Bénéfice par action (USD)				
	3T22	3T23	9M22	9M23
BPA de base	0.71	0.73	1.55	1.71
Impact net des éléments non sous-jacents sur le résultat	0.13	0.11	0.63	0.48
Impacts d'hyperinflation dans le bénéfice par action	-0.01	0.02	-0.03	0.04
BPA sous-jacent	0.84	0.86	2.16	2.23
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires et restreintes (millions)	2 012	2 016	2 012	2 016

Tableau 11. Composantes clés du BPA sous-jacent (USD)				
	3T22	3T23	9M22	9M23
EBIT normalisé hors hyperinflation	2.02	2.02	5.58	5.56
Impacts d'hyperinflation dans l'EBIT normalisé	-0.01	-0.03	-0.03	-0.06
EBIT normalisé	2.02	2.00	5.55	5.51
Coûts financiers nets	-0.65	-0.61	-1.87	-1.86
Impôts sur le résultat	-0.36	-0.35	-1.01	-0.97
Associés et participations ne donnant pas le contrôle	-0.15	-0.20	-0.48	-0.49
Impacts d'hyperinflation dans le bénéfice par action	-0.01	0.02	-0.03	0.04
BPA sous-jacent	0.84	0.86	2.16	2.23
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires et restreintes (millions)	2 012	2 016	2 012	2 016

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)				
	3T22	3T23	9M22	9M23
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 433	1 472	3 126	3 450
Participations ne donnant pas le contrôle	392	494	1 174	1 171
Bénéfice	1 825	1 966	4 299	4 621
Impôts sur le résultat	688	666	1 933	1 858
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	-81	-95	-210	-201
Éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées	-	-	1 143	-
(Produits)/coûts financiers nets	1 313	1 223	3 757	3 743
(Produits)/coûts financiers nets non sous-jacents	144	-84	-32	619
Éléments non sous-jacents au-dessus de l'EBIT (incl. pertes de valeur)	165	352	270	458
EBIT normalisé	4 055	4 027	11 160	11 099
Amortissements et dépréciations	1 259	1 403	3 736	3 999
EBITDA normalisé	5 313	5 431	14 896	15 099

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.

Événements récents

Annonce d'une offre de rachat en numéraire d'un montant de 3 milliards d'USD

Le 31 octobre 2023, la société a approuvé le lancement d'une offre de rachat en numéraire des obligations en circulation pour un prix de rachat total jusqu'à 3 milliards d'USD. Des détails supplémentaires seront fournis dans la section des communiqués de presse de notre site web à l'adresse <https://www.ab-inbev.com/news-media/press-releases/>.

Annonce d'un programme de rachat d'actions d'un montant de 1 milliard d'USD qui sera exécuté au cours des 12 prochains mois

Le 30 octobre 2023, le Conseil d'Administration d'AB InBev a approuvé un programme de rachat d'actions d'un montant de 1 milliard d'USD qui sera exécuté au cours des 12 prochains mois. Le programme de rachat d'actions sera mis en œuvre conformément aux meilleures pratiques du secteur et aux règles et réglementations applicables en matière de rachat d'actions. À cette fin, un intermédiaire financier indépendant sera désigné pour procéder au rachat sur la base d'un mandat discrétionnaire. Le calendrier précis du rachat d'actions dans le cadre du programme dépendra de divers facteurs, dont les conditions du marché. Pendant la durée du programme de rachat d'actions, la société publiera régulièrement des communiqués de presse faisant le point sur les progrès réalisés (le cas échéant), comme l'exige la loi. Ces informations seront également disponibles sur les pages consacrées aux relations avec les investisseurs de notre site web, dans la section consacrée aux paiements (*payouts*) (<https://www.ab-inbev.com/investors/payouts/>). Notre intention actuelle est de conserver les actions acquises en tant qu'actions propres afin de remplir les engagements futurs de distributions d'actions dans le cadre des plans d'actionnariat. Le programme sera exécuté en vertu des pouvoirs conférés par l'Assemblée Générale des Actionnaires du 28 avril 2021.

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, Corona et Michelob Ultra, 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. Au 1er janvier 2023, les gains/(pertes) évalué(e)s à la valeur de marché d'instruments dérivés liés à la couverture de nos programmes de paiement fondés sur des actions sont rapportés dans les produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents. La présentation 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. Aux 9M23, nous avons rapporté un impact négatif sur le bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev de 74 millions d'USD. L'impact sur le BPA sous-jacent pour les 9M23 était de -0.04 USD. Les valeurs indiquées dans les tableaux et les annexes peuvent ne pas concorder à cause d'arrondis. Les BPA du 3T23 et des 9M23 sont basés sur la moyenne pondérée de 2 016 millions d'actions, par rapport à une moyenne pondérée de 2 012 millions d'actions au 3T22 et pour les 9M22.

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, des conflits actuels entre la Russie et l'Ukraine et au Moyen-Orient 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 troisième trimestre 2023 (3T23) et à la période des neuf premiers mois de 2023 (9M23) 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 30 septembre 2023 et pour la période de neuf 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 30 septembre 2023 et pour la période de neuf mois close à cette date (excepté les informations relatives aux volumes). Les références aux contenus de nos sites web, tels que www.ab-inbev.com ou 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 mardi 31 octobre 2023 :

14h00 Bruxelles / 13h00 Londres / 9h00 New York

Détails concernant l'inscription :

Webdiffusion (mode écoute uniquement) :

[AB InBev 3Q23 Results Webcast](#)

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

Gratuit : 877-407-8029

Payant : 201-689-8029

Investisseurs

Shaun Fullalove

Tel. : +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

Fallon Buckelew

Tél. : +1 310 592 6319

E-mail : fallon.buckelew@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-Bush 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®, Stella Artois® et Michelob Ultra® ; les marques multi-pays Beck's®, Hoegaarden® et Leffe® ; 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 (3T)

AB InBev au niveau mondial	3T22	Scope	Variation des devises	Retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	3T23	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	157 284	-	-	-	-5 393	151 891	-3.4%
dont volumes de nos propres bières	137 796	17	-	-	-5 488	132 325	-4.0%
Produits	15 091	-16	-494	248	745	15 574	5.0%
Coûts des ventes	-6 860	1	257	-171	-408	-7 180	-6.0%
Marge brute	8 232	-15	-237	77	337	8 394	4.1%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-4 347	-10	116	-82	-259	-4 583	-6.0%
Autres produits/(charges) d'exploitation	170	9	3	2	32	217	18.8%
EBIT normalisé	4 055	-16	-119	-3	110	4 027	2.7%
EBITDA normalisé	5 313	-6	-145	53	216	5 431	4.1%
Marge EBITDA normalisé	35.2%					34.9%	-29 bps

Amérique du Nord	3T22	Scope	Variation des devises	Retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	3T23	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	27 775	-19	-	-	-4 749	23 007	-17.1%
Produits	4 442	-1	-15	-	-564	3 863	-12.7%
Coûts des ventes	-1 800	-	5	-	140	-1 656	7.8%
Marge brute	2 642	-1	-10	-	-424	2 207	-16.1%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 142	-2	5	-	-29	-1 168	-2.5%
Autres produits/(charges) d'exploitation	6	-	3	-	-10	-2	-
EBIT normalisé	1 506	-3	-2	-	-463	1 038	-30.8%
EBITDA normalisé	1 686	-3	-3	-	-449	1 231	-26.7%
Marge EBITDA normalisé	37.9%					31.9%	-608 bps

Amériques du Centre	3T22	Scope	Variation des devises	Retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	3T23	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	37 314	-	-	-	617	37 931	1.7%
Produits	3 574	-	368	-	396	4 338	11.1%
Coûts des ventes	-1 395	-7	-134	-	-186	-1 722	-13.3%
Marge brute	2 180	-7	234	-	210	2 617	9.6%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-880	-6	-98	-	-11	-995	-1.2%
Autres produits/(charges) d'exploitation	3	8	2	-	3	16	-
EBIT normalisé	1 303	-5	137	-	203	1 637	15.6%
EBITDA normalisé	1 631	3	181	-	236	2 051	14.5%
Marge EBITDA normalisé	45.6%					47.3%	141 bps

Amérique du Sud	3T22	Scope	Variation des devises	Retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	3T23	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	40 644	-	-	-	-911	39 733	-2.2%
Produits	2 887	1	-688	248	658	3 106	23.4%
Coûts des ventes	-1 522	-	297	-171	-188	-1 586	-12.8%
Marge brute	1 364	1	-391	77	470	1 521	35.0%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-854	-3	185	-82	-128	-882	-15.4%
Autres produits/(charges) d'exploitation	64	5	1	2	32	105	47.5%
EBIT normalisé	574	2	-204	-3	375	744	64.7%
EBITDA normalisé	795	2	-258	53	421	1 013	54.5%
Marge EBITDA normalisé	27.5%					32.6%	674 bps

EMEA	3T22	Scope	Variation des devises	Retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	3T23	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	23 724	49	-	-	-367	23 407	-1.5%
Produits	2 110	17	-73	-	212	2 266	9.9%
Coûts des ventes	-1 065	-10	49	-	-155	-1 181	-14.4%
Marge brute	1 045	7	-24	-	57	1 085	5.4%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-627	-12	8	-	-21	-652	-3.2%
Autres produits/(charges) d'exploitation	50	-3	-1	-	17	62	35.7%
EBIT normalisé	468	-8	-17	-	53	496	11.5%
EBITDA normalisé	744	-8	-28	-	45	752	6.1%
Marge EBITDA normalisé	35.3%					33.2%	-121 bps

Asie-Pacifique	3T22	Scope	Variation des devises	Retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	3T23	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	27 610	-	-	-	62	27 672	0.2%
Produits	1 876	-4	-90	-	96	1 878	5.1%
Coûts des ventes	-889	-	43	-	-39	-886	-4.4%
Marge brute	987	-4	-47	-	56	993	5.7%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-549	2	25	-	-46	-567	-8.4%
Autres produits/(charges) d'exploitation	36	-	-2	-	1	34	2.8%
EBIT normalisé	474	-1	-24	-	12	460	2.5%
EBITDA normalisé	638	-1	-33	-	21	625	3.3%
Marge EBITDA normalisé	34.0%					33.3%	-59 bps

Exportations Globales et Sociétés Holding	3T22	Scope	Variation des devises	Retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	3T23	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	217	-30	-	-	-46	141	-24.4%
Produits	202	-30	3	-	-53	122	-30.6%
Coûts des ventes	-189	19	-2	-	21	-151	12.3%
Marge brute	14	-11	1	-	-32	-28	-
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-296	11	-9	-	-26	-320	-9.2%
Autres produits/(charges) d'exploitation	12	-	-	-	-10	1	-
EBIT normalisé	-270	-	-9	-	-68	-347	-25.4%
EBITDA normalisé	-181	2	-4	-	-58	-240	-32.2%

Annexe 2 : Information sectorielle (9M23)

AB InBev au niveau mondial	9M22	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M23	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	446 358	-	-	-6 336	440 021	-1.4%
dont volumes de nos propres bières	389 488	46	-	-7 399	382 135	-1.9%
Produits	43 118	-56	-1 704	3 549	44 907	8.3%
Coûts des ventes	-19 644	22	776	-1 871	-20 717	-9.6%
Marge brute	23 475	-34	-929	1 678	24 190	7.2%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-12 963	-27	460	-1 104	-13 635	-8.5%
Autres produits/(charges) d'exploitation	648	-194	-14	104	544	23.4%
EBIT normalisé	11 160	-255	-483	677	11 099	6.2%
EBITDA normalisé	14 896	-245	-616	1 064	15 099	7.3%
Marge EBITDA normalisé	34.5%				33.6%	-31 bps

Amérique du Nord	9M22	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M23	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	79 223	31	-	-8 853	70 401	-11.2%
Produits	12 634	1	-82	-765	11 789	-6.1%
Coûts des ventes	-5 149	-3	28	48	-5 076	0.9%
Marge brute	7 486	-2	-54	-717	6 713	-9.6%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-3 421	-30	30	-100	-3 521	-2.9%
Autres produits/(charges) d'exploitation	34	-	3	-20	16	-
EBIT normalisé	4 098	-32	-21	-837	3 209	-20.6%
EBITDA normalisé	4 660	-32	-25	-834	3 769	-18.0%
Marge EBITDA normalisé	36.9%				32.0%	-466 bps

Amériques du Centre	9M22	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M23	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	109 338	-	-	757	110 095	0.7%
Produits	10 267	-	540	1 103	11 911	10.7%
Coûts des ventes	-4 020	-6	-192	-430	-4 648	-10.7%
Marge brute	6 248	-6	348	673	7 263	10.8%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-2 511	-18	-151	-177	-2 858	-7.0%
Autres produits/(charges) d'exploitation	-9	9	2	22	24	-
EBIT normalisé	3 728	-15	199	518	4 429	13.9%
EBITDA normalisé	4 691	-7	270	591	5 545	12.6%
Marge EBITDA normalisé	45.7%				46.6%	78 bps

Amérique du Sud	9M22	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M23	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	117 459	-	-	-1 703	115 756	-1.4%
Produits	8 220	1	-1 403	2 138	8 956	26.4%
Coûts des ventes	-4 315	-	531	-750	-4 535	-17.6%
Marge brute	3 905	1	-872	1 388	4 421	36.0%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-2 463	-16	383	-590	-2 686	-24.1%
Autres produits/(charges) d'exploitation	376	-196	-10	105	276	58.9%
EBIT normalisé	1 818	-211	-499	904	2 011	56.7%
EBITDA normalisé	2 461	-211	-614	1 143	2 779	51.7%
Marge EBITDA normalisé	29.9%				31.0%	539 bps

EMEA	9M22	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M23	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	66 686	153	-	- 591	66 249	-0.9%
Produits	6 050	55	-409	641	6 337	10.5%
Coûts des ventes	-3 066	-30	240	-536	-3 392	-17.3%
Marge brute	2 984	25	-169	105	2 945	3.5%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 968	-43	102	-50	-1 959	-2.5%
Autres produits/(charges) d'exploitation	138	-7	-4	18	145	14.0%
EBIT normalisé	1 154	-24	-71	73	1 131	6.5%
EBITDA normalisé	1 936	-24	-126	107	1 894	5.6%
Marge EBITDA normalisé	32.0%				29.9%	-138 bps

Asie-Pacifique	9M22	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M23	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	72 995	-	-	4 266	77 261	5.8%
Produits	5 347	-10	-351	571	5 557	10.7%
Coûts des ventes	-2 544	-	167	-258	-2 635	-10.1%
Marge brute	2 803	-10	-184	313	2 921	11.2%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 548	6	98	-156	-1 600	-10.1%
Autres produits/(charges) d'exploitation	103	-	-6	-9	87	-9.2%
EBIT normalisé	1 358	-5	-92	148	1 408	10.9%
EBITDA normalisé	1 870	-5	-124	157	1 897	8.4%
Marge EBITDA normalisé	35.0%				34.1%	-73 bps

Exportations Globales et Sociétés Holding	9M22	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M23	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	657	-185	-	-214	259	-45.2%
Produits	601	-104	-	-139	358	-28.0%
Coûts des ventes	-551	61	2	56	-431	11.4%
Marge brute	50	-42	2	-84	-73	-
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 052	75	-2	-32	-1 012	-3.3%
Autres produits/(charges) d'exploitation	7	-	1	-12	-4	-
EBIT normalisé	-995	33	1	-128	-1 089	-13.3%
EBITDA normalisé	-722	34	3	-101	-786	-14.7%