

Bruxelles – 08 mai 2024 – 7 h 00 CET

Information réglementée<sup>1</sup>

# AB InBev publie les résultats du premier trimestre 2024

**L'exécution cohérente de notre stratégie a généré une hausse de 5.4% de l'EBITDA, avec une expansion de la marge, et une croissance de 16% du bénéfice par action sous-jacent**

« La force de la catégorie bière, notre empreinte mondiale diversifiée et le maintien de la dynamique de nos méga-marques nous ont permis de réaliser à nouveau une croissance généralisée des produits et des bénéfices au cours de ce trimestre. Nous sommes encouragés par nos résultats pour commencer l'année, et l'exécution cohérente assurée par nos équipes et partenaires renforce notre confiance dans la réalisation de nos ambitions de croissance pour 2024. » – Michel Doukeris, CEO, AB InBev

## Produits totaux

+ 2.6%

Les produits ont augmenté de 2.6%, avec une hausse des produits par hl de 3.3%.

**6.7% d'augmentation** pour les produits combinés de nos méga-marques, Corona en tête, et 15.5% d'augmentation en dehors de leurs marchés domestiques.

**Environ 70%** de nos produits réalisés via les plateformes numériques B2B, la base d'utilisateurs actifs mensuels de BEES atteignant 3.6 millions d'utilisateurs.

**Environ 130 millions d'USD** de produits générés par notre écosystème direct-to-consumer.

## Volumes totaux

- 0.6%

Les volumes totaux ont diminué de 0.6%, les volumes de nos propres bières marquant un recul de 1.3% et les volumes non-bières une hausse de 3.5%.

## EBITDA normalisé

+ 5.4%

L'EBITDA normalisé de 4 987 millions d'USD représente une hausse de 5.4%, avec un accroissement de la marge EBITDA normalisée de 90 points de base à 34.3%.

## Bénéfice sous-jacent

1 509 millions d'USD

Le bénéfice sous-jacent (bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev hors éléments non-sous-jacents et hors impact de l'hyperinflation) était de 1 509 millions d'USD au 1T24, par rapport à 1 310 millions d'USD au 1T23.

## Bénéfice par action sous-jacent

0.75 USD

Le bénéfice par action (BPA) sous-jacent était de 0.75 USD au 1T24, en hausse par rapport à 0.65 USD au 1T23.

<sup>1</sup>L'information ci-jointe constitue une information réglementée au sens de l'arrêté royal belge du 14 novembre 2007 relatif aux obligations des émetteurs d'instruments financiers admis à la négociation sur un marché réglementé. Pour consulter les mentions légales importantes et les notes sur la base de préparation, veuillez vous référer à la page 13.

## Commentaires de la direction

**L'exécution cohérente de notre stratégie a généré une hausse de 5.4% de l'EBITDA, avec une expansion de la marge, et une croissance de 16% du bénéfice par action sous-jacent**

Nos produits ont augmenté de 2.6%, avec une croissance des produits sur environ 75% de nos marchés, stimulée par une augmentation des produits par hl de 3.3% résultant d'initiatives de gestion des produits et de la premiumisation continue. Les volumes ont reculé de 0.6%, la croissance dans nos régions Amériques du centre, Amérique du Sud, Afrique et Europe étant principalement atténuée par les performances en Asie-Pacifique et en Amérique du Nord. L'EBITDA a augmenté de 5.4%, avec une gestion disciplinée des frais généraux ayant permis une hausse des investissements dans la vente et le marketing de nos marques et un accroissement de la marge EBITDA de 90 points de base. Le BPA sous-jacent s'élevait à 0.75 USD, une augmentation de 16% par rapport au 1T23, stimulée principalement par la croissance nominale de l'EBITDA et l'optimisation continue de nos activités.

### Progression de nos priorités stratégiques

Nous poursuivons la mise en œuvre de nos 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 :

Nous avons réalisé une croissance des volumes et des gains de part de marché dans la majorité de nos marchés, selon nos estimations.

**2**

#### Digitaliser et monétiser notre écosystème :

BEES a réalisé 11.3 milliards d'USD en valeur brute des marchandises, une hausse de 23% par rapport au 1T23, environ 70% de nos produits étant générés par nos canaux numériques B2B. BEES Marketplace est opérationnelle sur 19 marchés et a généré 465 millions d'USD en valeur brute des marchandises provenant des ventes de produits tiers, soit une croissance de 47% par rapport au 1T23.

**3**

#### Optimiser nos activités :

Notre BPA sous-jacent s'élevait à 0.75 USD, soit une augmentation de 16%, stimulée principalement par la croissance nominale de l'EBITDA, l'accroissement de la marge et l'optimisation de nos coûts financiers nets.

**1**

#### Mener et développer la catégorie

Nous utilisons nos cinq leviers éprouvés et évolutifs pour favoriser l'expansion de catégorie. Notre performance au niveau de chaque levier a été tirée par nos méga-marques, qui représentent la majorité de nos produits et qui ont stimulé une hausse de 6.7% des produits.

- **Participation à la catégorie** : Grâce à l'attention portée aux innovations en matière de marques, d'emballages et de liquides, le pourcentage de consommateurs effectuant des achats dans notre portefeuille de marques a augmenté sur environ 40% de nos marchés, selon nos estimations. Les hausses de participation sont surtout attribuables aux consommatrices sur les marchés clés en Amérique latine et en Europe.
- **Supériorité core** : Notre portefeuille mainstream a réalisé une croissance des produits à un chiffre dans le bas de la fourchette, stimulée par une hausse à deux chiffres en Afrique du Sud, en Colombie et en République dominicaine.

- **Développement des occasions** : Notre portefeuille mondial de bières sans alcool a enregistré une hausse des produits de près de 20%, notre performance ayant été tirée par Corona Cero et Budweiser Zero. En combinant nos produits numériques direct-to-consumer (DTC) et nos méga-marques, nous développons de nouvelles occasions de consommation. Au Brésil, Zé Delivery a mis en place une campagne pour le carnaval visant à faciliter les événements à domicile grâce à des promotions dans l'application, tout en améliorant l'expérience hors domicile des consommateurs en leur offrant des accès exclusifs à des festivals.
- **Premiumisation** : Notre portefeuille de bières above core a enregistré une croissance des produits à un chiffre dans le bas de la fourchette, stimulée par nos marques mondiales et la croissance à deux chiffres d'autres méga-marques locales telles que Leffe en Europe et Spaten au Brésil. Nos marques mondiales ont généré une hausse des produits de 5.2% en dehors de leurs marchés domestiques, Corona en tête (15.5%).
- **Beyond Beer** : Notre activité mondiale Beyond Beer a généré environ 320 millions d'USD de produits et a enregistré une hausse des volumes à un chiffre dans le bas de la fourchette par rapport au 1T23, la croissance mondiale ayant été partiellement atténuée par un secteur faible des seltzer à base de malt aux États-Unis. La croissance a été principalement stimulée par nos portefeuilles de boissons spiritueuses prêtes à boire et de boissons maltées aromatisées aux États-Unis et par l'expansion de Brutal Fruit en Afrique.

## 2 Digitaliser et monétiser notre écosystème

- **Digitaliser nos relations avec plus de 6 millions de clients dans le monde** : Au 31 mars 2024, BEES est opérationnelle sur 26 marchés, environ 70% de nos produits du 1T24 ayant été générés à travers les plateformes numériques B2B. Au 1T24, BEES a atteint 3.6 millions d'utilisateurs actifs mensuels et réalisé 11.3 milliards d'USD en valeur brute des marchandises, soit une croissance de 16% et 23% respectivement par rapport au 1T23.  
  
BEES Marketplace est opérationnelle sur 19 marchés, a généré 7.3 millions de commandes et 465 millions d'USD en valeur brute des marchandises provenant des ventes de produits tiers, soit une croissance de 35% et de 47%, respectivement, par rapport au 1T23.
- **Se placer en tête des solutions DTC** : Notre écosystème omnicanal DTC de produits numériques et physiques a généré environ 350 millions d'USD de produits. Nos méga-marques DTC, Zé Delivery, TaDa et PerfectDraft sont disponibles sur 21 marchés, ont généré 18.1 millions de commandes e-commerce et ont rapporté environ 130 millions d'USD de produits, ce qui représente une hausse d'un peu plus de 10% par rapport au 1T23.

## 3 Optimiser nos activités

- **Maximiser la création de valeur** : Notre BPA sous-jacent s'élevait à 0.75 USD, une augmentation de 16% par rapport au 1T23, stimulée principalement par la croissance nominale de l'EBITDA, l'expansion de la marge et l'optimisation continue de nos coûts financiers nets. Nous continuons de gérer de manière proactive notre portefeuille de dettes. En avril 2024, nous avons finalisé une offre publique d'achat de 2.5 milliards d'USD d'obligations en circulation suite à l'émission de 4 milliards d'euros et 1 milliard d'USD de nouvelles obligations en mars 2024. Ces transactions ont amélioré notre profil d'échéance de la dette tout en maintenant la moyenne pondérée du coupon de notre dette brute à environ 4%. Avec une flexibilité accrue dans nos choix d'allocation du capital, nous avons finalisé notre programme de rachat d'actions à hauteur d'1 milliard d'USD annoncé le 31 octobre 2023 et exécuté un rachat direct d'actions à Altria d'un montant supplémentaire de 200 millions d'USD.
- **Promouvoir nos priorités de développement durable** : Dans le cadre de l'action pour le climat, nos émissions de scopes 1 et 2 par hectolitre produit s'élevaient à 4.25 kgCO<sub>2</sub>e/hl au 1T24, une diminution d'environ 6% par rapport au 1T23. Dans le cadre de la gestion de l'eau, nous avons poursuivi nos efforts pour atteindre un taux d'efficacité de consommation d'eau de 2.5 hl par hl d'ici 2025, avec un taux d'efficacité de consommation d'eau de 2.55 hl/hl au 1T24 par rapport à 2.56 hl/hl au 1T23. 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 2023.

## **Créer un avenir avec plus de célébrations**

Au cours de ce trimestre, notre entreprise a de nouveau réalisé une croissance rentable, enregistrant une hausse de l'EBITDA de 5.4%, une expansion de la marge de 90 points de base et une croissance à deux chiffres du BPA sous-jacent. Nous investissons à long terme et continuons de nous appuyer sur notre plateforme pour générer de la valeur pour nos parties prenantes. 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 réaliser notre objectif de créer un avenir avec plus de célébrations.

## Perspectives 2024

---

- (i) **Performance générale** : Nous prévoyons une hausse de notre EBITDA conforme à nos perspectives à moyen terme, soit entre 4-8%. Les perspectives pour l'EX24 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 220 et 250 millions d'USD par trimestre, en fonction de la fluctuation des devises et des taux d'intérêt. Pour l'EX24, 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'EX24. 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 4.0 et 4.5 milliards d'USD au cours de l'EX24.

**Tableau 1. Résultats consolidés (millions d'USD)**

	1T23	1T24	Croissance interne
<b>Volumes totaux (milliers d'hl)</b>	<b>140 548</b>	<b>139 536</b>	<b>-0.6%</b>
Nos propres bières	121 060	119 387	-1.3%
Volumes des non-bières	18 587	19 230	3.5%
Produits de tiers	901	919	2.0%
<b>Produits</b>	<b>14 213</b>	<b>14 547</b>	<b>2.6%</b>
<b>Marge brute</b>	<b>7 696</b>	<b>7 894</b>	<b>2.7%</b>
Marge brute en %	54.1%	54.3%	3 bps
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>4 759</b>	<b>4 987</b>	<b>5.4%</b>
Marge EBITDA normalisé	33.5%	34.3%	90 bps
<b>EBIT normalisé</b>	<b>3 503</b>	<b>3 642</b>	<b>5.0%</b>
Marge EBIT normalisé	24.6%	25.0%	56 bps
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 639	1 091	
<b>Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev</b>	<b>1 310</b>	<b>1 509</b>	
Bénéfice par action (USD)	0.81	0.54	
<b>Bénéfice sous-jacent par action (USD)</b>	<b>0.65</b>	<b>0.75</b>	

**Tableau 2. Volumes (milliers d'hl)**

	1T23	Scope	Croissance interne	1T24	Croissance interne	
					Volumes totaux	Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	23 853	-155	-2 345	21 353	-9.9%	-11.1%
Amériques du Centre	34 271	-5	1 424	35 690	4.2%	4.5%
Amérique du Sud	40 286	-	61	40 347	0.2%	-0.6%
EMEA	19 958	-	1 072	21 030	5.4%	4.8%
Asie-Pacifique	22 114	-	-1 069	21 045	-4.8%	-4.7%
Exportations Globales et Sociétés Holding	66	-	4	70	5.7%	7.5%
<b>AB InBev au niveau mondial</b>	<b>140 548</b>	<b>-160</b>	<b>-853</b>	<b>139 536</b>	<b>-0.6%</b>	<b>-1.3%</b>

## Performance des marchés clés

---

### États-Unis : Baisse des produits à un chiffre dans le haut de la fourchette, impactés par la performance des volumes

- **Performance opérationnelle** : Les produits ont diminué de 9.1%, avec une progression des produits par hl de 1.1% stimulée par les initiatives de gestion des produits. Les ventes aux détaillants ont diminué de 13.7%, essentiellement en raison de la baisse des volumes de Bud Light. Les ventes aux grossistes ont régressé de 10.1%, les livraisons au 1T24 ayant compensé les épuisements de stock plus importants de décembre 2023. L'EBITDA a reculé de 17.9%, la performance des produits et les mesures de soutien pour nos grossistes ayant été partiellement atténuées par des initiatives de productivité.
- **Faits commerciaux marquants** : Le secteur de la bière est resté résilient, les ventes en dollars continuant à augmenter par rapport à l'année dernière, selon Circana. Notre part de marché de la bière a continué de croître progressivement. Bien que les volumes des bières mainstream aient reculé, nos volumes de méga-marques de bière above core ont continué de se développer. Dans le segment Beyond Beer, notre portefeuille de boissons spiritueuses prêtes-à-boire a enregistré une forte croissance à deux chiffres des volumes, surpassant le secteur.

### Mexique : Croissance des produits et des bénéfices à un chiffre dans la moyenne de la fourchette avec une expansion de la marge

- **Performance opérationnelle** : 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 bas de la fourchette, stimulée par des initiatives de gestion des produits. Nos volumes ont augmenté d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, ce qui correspond à la tendance du secteur, soutenus par les effets d'échelonnement dus à la date précoce de Pâques. L'EBITDA a enregistré une hausse d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, avec une expansion continue de la marge.
- **Faits commerciaux marquants** : Nos marques core ont réalisé une hausse des volumes à un chiffre dans la moyenne de la fourchette, et notre portefeuille above core a continué de croître, sous l'impulsion de la solide performance de Modelo et Pacifico. Nous avons continué de faire progresser nos initiatives numériques, notre plateforme DTC numérique, TaDa, atteignant plus de 100 000 utilisateurs actifs mensuels et honorant plus de 350 000 commandes en mars.

### Colombie : Des volumes records ont généré une croissance des produits à deux chiffres et une croissance des bénéfices à un chiffre dans le haut de la fourchette

- **Performance opérationnelle** : Les produits ont augmenté d'environ 15% avec une hausse 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 augmenté d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, notre portefeuille continuant de remporter des parts de marché dans les ventes totales d'alcool. L'EBITDA a augmenté d'un chiffre dans le haut de la fourchette, la croissance des produits étant partiellement atténuée par l'effet défavorable attendu des conversions de devises.
- **Faits commerciaux marquants** : Stimulée par l'exécution cohérente de nos leviers d'expansion, la catégorie bière continue de se développer, avec un nouveau record atteint par la catégorie et nos volumes au cours du premier trimestre. Notre portefeuille mainstream a tiré notre performance, avec une croissance des produits d'environ 15% et une solide performance d'Aguila. Nos marques premium et super premium ont enregistré une croissance des volumes de plus de 20%, menée par Corona.

## **Brésil : Des volumes records ont généré une croissance des produits à un chiffre dans la moyenne de la fourchette et une croissance à deux chiffres des bénéfices, avec une expansion de la marge de 311 points de base**

- **Performance opérationnelle** : Les produits ont augmenté de 5.8% avec une croissance des produits par hl de 1.4% stimulée par des initiatives de gestion des produits. Les volumes totaux ont augmenté de 4.4%, les volumes de bière enregistrant une hausse de 3.6%, surpassant le secteur selon nos estimations. Les volumes des non-bières ont augmenté de 6.5%. L'EBITDA a augmenté de 16.9% avec un accroissement de la marge de 311 points de base.
- **Faits commerciaux marquants** : Nos marques premium et super premium ont continué de se surpasser, enregistrant une croissance des volumes d'un peu plus de 10%, menée par Corona et Spaten, et atteignant des volumes totaux records au premier trimestre. Notre portefeuille core est resté sain, affichant une hausse des volumes à un chiffre dans le bas de la fourchette. Notre plateforme numérique DTC, Zé Delivery, a généré plus de 16 millions de commandes, soit une augmentation de 11% par rapport à l'année passée, avec une hausse de la valeur brute des marchandises de 12%.

## **Europe : Croissance à un chiffre dans le haut de la fourchette des produits et forte croissance à deux chiffres des bénéfices avec un redressement de la marge**

- **Performance opérationnelle** : Les produits ont augmenté d'un chiffre dans le haut de la fourchette, avec une croissance des produits par hl à un chiffre dans la moyenne de la fourchette, stimulée par des opérations de tarification et par la premiumisation continue. Les volumes ont augmenté d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, surpassant le secteur sur plus de 80% de nos marchés clés selon nos estimations, soutenus par les effets d'échelonnement dus à la date précoce de Pâques. L'EBITDA affiche une forte croissance à deux chiffres, le redressement de la marge étant stimulé par la croissance des produits et des efficacités en termes de coûts.
- **Faits commerciaux marquants** : Nous avons poursuivi la premiumisation de notre portefeuille en Europe, notre portefeuille premium et super premium représentant désormais environ 56% de nos produits. Nos méga-marques ont enregistré une croissance à deux chiffres des produits, stimulée par Corona. Corona Cero, le sponsor brassicole mondial officiel des Jeux olympiques, est désormais disponible sur 22 marchés en Europe et enregistre une forte croissance à deux chiffres des produits.

## **Afrique du Sud : Des volumes records ont généré une croissance à deux chiffres des produits et des bénéfices avec une expansion de la marge**

- **Performance opérationnelle** : Les produits ont augmenté d'environ 15%, avec une croissance des produits par hl à un chiffre dans le haut de la fourchette, stimulée par des opérations de tarification et par la premiumisation continue. Les volumes ont augmenté d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, continuant de surpasser le secteur dans les segments bière et beyond beer, selon nos estimations. L'EBITDA a augmenté d'environ 25% avec une expansion de la marge.
- **Faits commerciaux marquants** : La dynamique de nos activités s'est maintenue, réalisant à nouveau des volumes records pour le premier trimestre et notre portefeuille gagnant des parts tant pour la consommation de bière que pour la consommation totale d'alcool, selon nos estimations. Notre performance a été tirée par notre portefeuille super premium, qui a enregistré une croissance des volumes à deux chiffres, stimulée par Corona et Stella Artois, et la solidité continue de nos marques core qui ont réalisé une croissance à deux chiffres des produits.

## Chine : Premiumisation continue avec une expansion de la marge malgré un secteur faible

- **Performance opérationnelle** : Les produits ont régressé de 2.7%, les produits par hl affichant une hausse de 3.7%, favorisée par la premiumisation continue. Les volumes totaux ont décliné de 6.2%, en ligne avec le secteur selon nos estimations, suite à la réouverture des canaux au 1T23 et des conditions météorologiques défavorables en mars 2024. L'EBITDA a augmenté de 0.5% avec un accroissement de la marge de 137 points de base.
- **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. Nos marques premium continuent de croître en termes de volumes, Budweiser en tête, et la part de notre volume total provenant de notre portefeuille premium et super premium a augmenté de 250 points de base.

## Faits marquants sur nos autres marchés

- **Canada** : Nos produits ont régressé d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, nos produits par hl affichant une hausse à un chiffre dans le bas de la fourchette, stimulée par les initiatives de gestion des produits et la premiumisation continue. Nos volumes totaux ont régressé d'un chiffre dans le haut de la fourchette, en raison d'un secteur faible et suite à une solide performance au 1T23.
- **Pérou** : Les produits et les produits par hl ont augmenté d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, stimulés principalement par des initiatives de gestion des produits. Les volumes ont augmenté d'un chiffre dans le bas de la fourchette, remportant des parts de marché dans les ventes totales d'alcool, stimulés par la performance de notre marque core leader Pilsen Callao.
- **Équateur** : Nos produits ont augmenté d'un peu plus de 10%, avec une croissance des volumes à deux chiffres, et ont continué de remporter des parts de marché dans les ventes totales d'alcool. Nos marques de bière core ont tiré notre croissance, enregistrant une croissance des volumes d'environ 15%.
- **Argentine** : Les volumes ont régressé de près de 20%, la demande globale des consommateurs ayant été impactée par les pressions inflationnistes. Pour l'EX24, la définition de croissance interne des produits a été modifiée en Argentine pour limiter la hausse des prix à 2% par mois maximum (26.8% d'une année à l'autre). Sur cette base, les produits ont augmenté d'un chiffre dans le bas de la fourchette.
- **Afrique hors Afrique du Sud** : Au Nigeria, nos volumes de bière ont augmenté de près de 20%, soutenus par une comparaison favorable liée à l'impact sur le secteur des pénuries temporaires de devises au 1T23. Nos produits ont augmenté de plus de 80%, soutenus par les initiatives de gestion des produits dans un environnement hautement inflationniste. Dans nos autres marchés en Afrique, les produits totaux ont augmenté d'un chiffre dans le haut de la fourchette, sous l'impulsion de la Zambie, du Botswana, de la Tanzanie et de l'Ouganda.
- **Corée du Sud** : Les produits totaux 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 initiatives de gestion des produits. Les volumes ont régressé d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, faisant mieux qu'un secteur faible, après une solide performance au 1T23. Notre performance a été tirée par Cass, qui a gagné des parts de marché à la fois dans les canaux hors domicile et à domicile.

## Compte de résultats consolidé

Tableau 3. Compte de résultats consolidé (millions d'USD)			
	1T23	1T24	Croissance interne
<b>Produits</b>	<b>14 213</b>	<b>14 547</b>	<b>2.6%</b>
Coûts des ventes	-6 517	-6 653	-2.5%
<b>Marge brute</b>	<b>7 696</b>	<b>7 894</b>	<b>2.7%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-4 344	-4 435	-1.4%
Autres produits/(charges) d'exploitation	152	183	18.3%
<b>Bénéfice d'exploitation avant éléments non sous-jacents</b>	<b>3 503</b>	<b>3 642</b>	<b>5.0%</b>
Éléments non sous-jacents au-dessus de l'EBIT (incl. pertes de valeur)	-46	-29	
Produits/(coûts) financiers nets	-1 237	-1 187	
Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents	375	- 309	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	50	57	
Éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées	-	104	
Impôts sur le résultat	-597	-794	
<b>Bénéfice</b>	<b>2 048</b>	<b>1 485</b>	
Bénéfice attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	409	393	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 639	1 091	
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>4 759</b>	<b>4 987</b>	<b>5.4%</b>
<b>Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev</b>	<b>1 310</b>	<b>1 509</b>	

Les autres produits/(charges) d'exploitation consolidés au 1T24 ont augmenté de 18.3%, principalement en raison de la hausse des subventions gouvernementales et de l'impact de la cession d'actifs non stratégiques.

### 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)		
	1T23	1T24
Restructuration	-27	-31
Cession d'activités et vente d'actifs (y compris les pertes de valeur)	-19	2
<b>Éléments non sous-jacents dans l'EBIT</b>	<b>-46</b>	<b>-29</b>
<b>Éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées</b>	<b>-</b>	<b>104</b>

Les éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées du 1T24 comprennent l'impact de l'adoption de l'IAS 29 concernant le traitement comptable de l'hyperinflation par notre entreprise associée Anadolu Efes sur leurs résultats de 2023.

## Produits/(coûts) financiers nets

Tableau 5. Produits/(coûts) financiers nets (millions d'USD)		
	1T23	1T24
Charges nettes d'intérêts	-806	-714
Charges d'intérêts nettes liées aux pensions	-21	-22
Charges de désactualisation	-183	-191
Produits d'intérêts nets sur les crédits d'impôts brésiliens	31	36
Autres résultats financiers	-257	-296
<b>Produits/(coûts) financiers nets</b>	<b>-1 237</b>	<b>-1 187</b>

## Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents

Tableau 6. Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents (millions d'USD)		
	1T23	1T24
Ajustements à la valeur de marché	375	-243
Remboursement anticipé d'obligations et autres	-	-66
<b>Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents</b>	<b>375</b>	<b>-309</b>

Les coûts financiers nets non sous-jacents pour le 1T24 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 regroupements avec Grupo Modelo et SAB, ainsi que des pertes de 66 millions d'USD liées à la dépréciation d'investissements financiers.

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.

Tableau 7. Instruments non sous-jacents dérivés sur fonds propres		
	1T23	1T24
Prix de l'action au début de la période (Euro)	56.27	58.42
Prix de l'action à la fin de la période (Euro)	61.33	56.46
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)		
	1T23	1T24
Impôts sur le résultat	597	794
Taux d'impôts effectif	23.0%	37.5%
Taux d'impôts effectif normalisé	26.8%	27.0%

Le taux d'imposition effectif du 1T24 a été négativement impacté par des pertes non déductibles provenant des instruments dérivés liés à la couverture des programmes de paiements fondés sur des actions et liés à la couverture des actions émises dans le cadre des regroupements avec Grupo Modelo et SAB, alors que le taux d'imposition effectif du 1T23 était positivement impacté par des gains non imposables provenant de ces instruments dérivés.

En outre, le taux d'imposition effectif du 1T24 comprend 240 millions d'USD (4.5 milliards de ZAR) de coûts fiscaux non sous-jacents suite à la résolution au 1T24 des matières fiscales en Afrique du Sud décrites précédemment à la note 29 Passifs éventuels des états financiers consolidés de 2023.

Tableau 9. Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev (millions d'USD)		
	1T23	1T24
<b>Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev</b>	<b>1 639</b>	<b>1 091</b>
Impact net des éléments non sous-jacents sur le résultat	- 342	363
Impacts d'hyperinflation dans le bénéfice sous-jacent	13	55
<b>Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev</b>	<b>1 310</b>	<b>1 509</b>

## BPA de base et sous-jacent

Tableau 10. Bénéfice par action (USD)		
	1T23	1T24
<b>BPA de base</b>	<b>0.81</b>	<b>0.54</b>
Impact net des éléments non sous-jacents sur le résultat	-0.18	0.18
Impacts d'hyperinflation dans le bénéfice par action	0.01	0.03
<b>BPA sous-jacent</b>	<b>0.65</b>	<b>0.75</b>
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires et restreintes (millions)	2 015	2 007

Tableau 11. Composantes clés du BPA sous-jacent (USD)		
	1T23	1T24
<b>EBIT normalisé hors hyperinflation</b>	<b>1.76</b>	<b>1.83</b>
Impacts d'hyperinflation dans l'EBIT normalisé	-0.02	-0.01
<b>EBIT normalisé</b>	<b>1.74</b>	<b>1.81</b>
Coûts financiers nets	-0.61	-0.59
Impôts sur le résultat	-0.30	-0.33
Associés et participations ne donnant pas le contrôle	-0.18	-0.17
Impacts d'hyperinflation dans le bénéfice par action	0.01	0.03
<b>BPA sous-jacent</b>	<b>0.65</b>	<b>0.75</b>
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires et restreintes (millions)	2 015	2 007

## 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)		
	1T23	1T24
<b>Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev</b>	<b>1 639</b>	<b>1 091</b>
Participations ne donnant pas le contrôle	409	393
<b>Bénéfice</b>	<b>2 048</b>	<b>1 485</b>
Impôts sur le résultat	597	794
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	-50	-57
Éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées	-	-104
(Produits)/coûts financiers nets	1 237	1 187
(Produits)/coûts financiers nets non sous-jacents	-375	309
Éléments non sous-jacents au-dessus de l'EBIT (incl. pertes de valeur)	46	29
<b>EBIT normalisé</b>	<b>3 503</b>	<b>3 642</b>
Amortissements et dépréciations	1 255	1 344
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>4 759</b>	<b>4 987</b>

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. Pour l'EX24, la définition de croissance interne des produits a été modifiée pour limiter la hausse des prix en Argentine à 2% par mois maximum (26.8% d'une année à l'autre). Des ajustements correspondants sont apportés à tous les éléments liés au compte de résultats dans les calculs de croissance interne via les changements dans le périmètre. Les changements dans le périmètre représentent aussi 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. 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. Au 1T24, nous avons rapporté un impact négatif sur le bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev de 55 millions d'USD. L'impact sur le BPA de base au 1T24 était de -0.03 USD. Les valeurs indiquées dans les tableaux et les annexes peuvent ne pas concorder à cause d'arrondis. Le BPA du 1T24 est basé sur la moyenne pondérée de 2 007 millions d'actions, comparée à une moyenne pondérée de 2 015 millions d'actions pour le 1T23.

### 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 11 mars 2024. Un grand nombre de ces risques et incertitudes sont, et seront, exacerbés par toute nouvelle dégradation de l'environnement commercial et économique mondial, résultant notamment des conflits actuels entre la Russie et l'Ukraine et au Moyen-Orient, y compris le conflit en mer Rouge. 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 2024 (1T24) 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 2024 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 2024 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.ab-inbev.com](http://www.ab-inbev.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 mercredi 8 mai 2024 :

15 h 00 Bruxelles / 14 h 00 Londres / 9 h 00 New York

#### Détails concernant l'inscription :

Webdiffusion (mode écoute uniquement) :

[AB InBev 1Q24 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](mailto:shaun.fullalove@ab-inbev.com)

##### Ekaterina Baillie

Tél. : +32 16 276 888

E-mail : [ekaterina.baillie@ab-inbev.com](mailto:ekaterina.baillie@ab-inbev.com)

##### Cyrus Nentin

Tél. : +1 646 746 9673

E-mail : [cyrus.nentin@ab-inbev.com](mailto:cyrus.nentin@ab-inbev.com)

#### Médias

##### Media Relations

E-mail : [media.relations@ab-inbev.com](mailto:media.relations@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 des cotations secondaires 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 155 000 collaborateurs basés dans près de 50 pays de par le monde. En 2023, les produits rapportés d'AB InBev s'élevaient à 59.4 milliards d'USD (hors joint-ventures et entités associées).

## Annexe 1 : Information sectorielle

<b>AB InBev au niveau mondial</b>	<b>1T23</b>	<b>Scope</b>	<b>Variation des devises</b>	<b>Croissance interne</b>	<b>1T24</b>	<b>Croissance interne</b>
Volumes totaux (milliers d'hlis)	140 548	- 160	-	- 853	139 536	-0.6%
dont volumes de nos propres bières	121 060	- 150	-	-1 524	119 387	-1.3%
<b>Produits</b>	<b>14 213</b>	<b>1 310</b>	<b>-1 348</b>	<b>372</b>	<b>14 547</b>	<b>2.6%</b>
Coûts des ventes	-6 517	- 624	655	- 166	-6 653	-2.5%
<b>Marge brute</b>	<b>7 696</b>	<b>686</b>	<b>- 693</b>	<b>207</b>	<b>7 894</b>	<b>2.7%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-4 344	- 389	361	- 62	-4 435	-1.4%
Autres produits/(charges) d'exploitation	152	-2	4	29	183	18.3%
EBIT normalisé	3 503	295	- 329	173	3 642	5.0%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>4 759</b>	<b>391</b>	<b>- 419</b>	<b>255</b>	<b>4 987</b>	<b>5.4%</b>
Marge EBITDA normalisé	33.5%				34.3%	90 bps

  

<b>Amérique du Nord</b>	<b>1T23</b>	<b>Scope</b>	<b>Variation des devises</b>	<b>Croissance interne</b>	<b>1T24</b>	<b>Croissance interne</b>
Volumes totaux (milliers d'hlis)	23 853	- 155	-	-2 345	21 353	-9.9%
<b>Produits</b>	<b>3 973</b>	<b>- 37</b>	<b>2</b>	<b>- 346</b>	<b>3 593</b>	<b>-8.8%</b>
Coûts des ventes	-1 675	21	- 1	111	-1 544	6.7%
<b>Marge brute</b>	<b>2 298</b>	<b>- 16</b>	<b>1</b>	<b>- 234</b>	<b>2 049</b>	<b>-10.3%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 138	17	- 1	37	-1 085	3.3%
Autres produits/(charges) d'exploitation	8	-	-	-20	-12	-
EBIT normalisé	1 168	1	-	- 218	951	-18.6%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>1 350</b>	<b>- 1</b>	<b>1</b>	<b>- 224</b>	<b>1 126</b>	<b>-16.6%</b>
Marge EBITDA normalisé	34.0%				31.3%	-293 bps

  

<b>Amériques du Centre</b>	<b>1T23</b>	<b>Scope</b>	<b>Variation des devises</b>	<b>Croissance interne</b>	<b>1T24</b>	<b>Croissance interne</b>
Volumes totaux (milliers d'hlis)	34 271	- 5	-	1 424	35 690	4.2%
<b>Produits</b>	<b>3 489</b>	<b>- 4</b>	<b>289</b>	<b>278</b>	<b>4 051</b>	<b>8.0%</b>
Coûts des ventes	-1 355	- 7	- 115	- 109	-1 586	-8.0%
<b>Marge brute</b>	<b>2 133</b>	<b>- 11</b>	<b>174</b>	<b>169</b>	<b>2 465</b>	<b>8.0%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 878	4	- 71	- 20	- 965	-2.3%
Autres produits/(charges) d'exploitation	-2	7	1	6	12	-
EBIT normalisé	1 254	-	104	155	1 512	12.3%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>1 578</b>	<b>7</b>	<b>133</b>	<b>168</b>	<b>1 886</b>	<b>10.6%</b>
Marge EBITDA normalisé	45.2%				46.6%	111 bps

  

<b>Amérique du Sud</b>	<b>1T23</b>	<b>Scope</b>	<b>Variation des devises</b>	<b>Croissance interne</b>	<b>1T24</b>	<b>Croissance interne</b>
Volumes totaux (milliers d'hlis)	40 286	-	-	61	40 347	0.2%
<b>Produits</b>	<b>3 107</b>	<b>1 349</b>	<b>-1 383</b>	<b>159</b>	<b>3 233</b>	<b>5.1%</b>
Coûts des ventes	-1 526	- 630	602	- 32	-1 586	-2.1%
<b>Marge brute</b>	<b>1 581</b>	<b>719</b>	<b>- 780</b>	<b>127</b>	<b>1 647</b>	<b>8.0%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 878	- 410	378	- 32	- 941	-3.5%
Autres produits/(charges) d'exploitation	90	-9	14	21	116	23.5%
EBIT normalisé	793	301	- 388	116	821	14.9%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>1 029</b>	<b>392</b>	<b>- 480</b>	<b>144</b>	<b>1 084</b>	<b>14.2%</b>
Marge EBITDA normalisé	33.1%				33.5%	281 bps

<b>EMEA</b>	<b>1T23</b>	<b>Scope</b>	<b>Variation des devises</b>	<b>Croissance interne</b>	<b>1T24</b>	<b>Croissance interne</b>
Volumes totaux (milliers d'hl's)	19 958	-	-	1 072	21 030	5.4%
<b>Produits</b>	<b>1 823</b>	<b>2</b>	<b>- 195</b>	<b>298</b>	<b>1 927</b>	<b>16.3%</b>
Coûts des ventes	-1 004	-1	127	- 158	-1 036	-15.7%
<b>Marge brute</b>	<b>819</b>	<b>-</b>	<b>- 67</b>	<b>140</b>	<b>892</b>	<b>17.0%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 645	- 1	36	- 4	- 614	-0.6%
Autres produits/(charges) d'exploitation	35	-	-3	11	44	32.4%
EBIT normalisé	209	-	-34	147	322	70.4%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>462</b>	<b>-</b>	<b>- 55</b>	<b>162</b>	<b>569</b>	<b>35.1%</b>
Marge EBITDA normalisé	25.3%				29.5%	409 bps

  

<b>Asie-Pacifique</b>	<b>1T23</b>	<b>Scope</b>	<b>Variation des devises</b>	<b>Croissance interne</b>	<b>1T24</b>	<b>Croissance interne</b>
Volumes totaux (milliers d'hl's)	22 114	-	-	-1 069	21 045	-4.8%
<b>Produits</b>	<b>1 705</b>	<b>-</b>	<b>-63</b>	<b>-8</b>	<b>1 634</b>	<b>-0.5%</b>
Coûts des ventes	- 823	-7	28	38	- 763	4.6%
<b>Marge brute</b>	<b>883</b>	<b>-7</b>	<b>-35</b>	<b>30</b>	<b>871</b>	<b>3.4%</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 449	-	16	-12	-445	-2.7%
Autres produits/(charges) d'exploitation	32	-	-1	-5	26	-16.9%
EBIT normalisé	465	-7	-19	13	452	2.7%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>628</b>	<b>-7</b>	<b>-25</b>	<b>20</b>	<b>616</b>	<b>3.3%</b>
Marge EBITDA normalisé	36.8%				37.7%	138 bps

  

<b>Exportations Globales et Sociétés Holding</b>	<b>1T23</b>	<b>Scope</b>	<b>Variation des devises</b>	<b>Croissance interne</b>	<b>1T24</b>	<b>Croissance interne</b>
Volumes totaux (milliers d'hl's)	66	-	-	4	70	5.7%
<b>Produits</b>	<b>117</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>-9</b>	<b>109</b>	<b>-7.5%</b>
Coûts des ventes	-134	-	12	-16	-138	-11.7%
<b>Marge brute</b>	<b>-18</b>	<b>-</b>	<b>13</b>	<b>-25</b>	<b>-29</b>	<b>-</b>
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-356	1	2	-31	-385	-8.8%
Autres produits/(charges) d'exploitation	-12	-	-8	17	-3	-
EBIT normalisé	-386	1	8	-39	-417	-10.2%
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>-288</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>-16</b>	<b>-295</b>	<b>-5.4%</b>