

Bruxelles – 30 octobre 2025 – 7h00 CET

 Information réglementée et privilégiée¹

AB InBev publie les résultats du troisième trimestre 2025

L'exécution rigoureuse de notre stratégie a généré une hausse de 3.3% de l'EBITDA avec une expansion de la marge, et une croissance du BPA sous-jacent dans le bas de la fourchette entre 0% et 10%

« Sous l'impulsion de nos méga-marques et de nos innovations dans les choix équilibrés et le segment Beyond Beer, nous avons réalisé une croissance continue des produits et des bénéfices, alors que nous avons évolué dans un environnement consommateur dynamique. Compte tenu des progrès réalisés dans notre désendettement et de nos solides résultats financiers sur les 9M25, nous avons annoncé un nouveau programme de rachat d'actions à hauteur de 6 milliards d'USD, ainsi qu'un acompte sur dividende. » – Michel Doukeris, CEO, AB InBev

Produits

+0.9%

Les produits ont augmenté de 0.9% au 3T25 avec une hausse des produits par hl de 4.8%, et de 1.8% sur les 9M25 avec une hausse des produits par hl de 4.5%.

Les produits rapportés ont augmenté de 0.6% au 3T25 à 15 133 millions d'USD et ont diminué de 2.6% sur les 9M25 à 43 764 millions d'USD, impactés par des taux de change défavorables.

3.0% d'augmentation pour les produits combinés de nos méga-marques au 3T25, Corona en tête, enregistrant une croissance de 6.3% en dehors de son marché domestique.

27% d'augmentation pour les produits des bières sans alcool au 3T25.

66% d'augmentation en valeur brute des marchandises provenant des ventes de produits tiers par le biais de BEES Marketplace, pour atteindre 935 millions d'USD au 3T25.

Volumes

-3.7%

Les volumes ont diminué de 3.7% au 3T25, les volumes des bières marquant un recul de 3.9%, et les volumes non-bières une baisse de 2.2%.

Les volumes ont diminué de 2.6% sur les 9M25, les volumes des bières marquant un recul de 2.9%, et les volumes non-bières une baisse de 0.7%.

Allocation de capital

6 milliards d'USD

de rachat d'actions



2 milliards d'USD

de remboursement d'obligations



0.15 EUR

d'acompte sur dividende

Le conseil d'administration d'AB InBev a approuvé un programme de rachat d'actions à hauteur de 6 milliards d'USD, qui sera exécuté au cours des 24 prochains mois, et la société a annoncé aujourd'hui le remboursement d'environ 2 milliards d'USD d'obligations en circulation. Pour plus de détails, veuillez vous reporter à la section Événements récents, à la page 15. En outre, le conseil d'administration d'AB InBev a approuvé un acompte sur dividende de 0.15 EUR par action pour l'exercice 2025. Le calendrier des dates ex-dividende, dates d'enregistrement et dates de paiement est consultable à la page 14.

EBITDA normalisé

+3.3%

Au 3T25, l'EBITDA normalisé a augmenté de 3.3% à 5 594 millions d'USD, avec un accroissement de la marge de 85 points de base à 37.0%. Sur les 9M25, l'EBITDA normalisé a augmenté de 5.8% à 15 750 millions d'USD, avec un accroissement de la marge de 138 points de base à 36.0%.

Bénéfice sous-jacent

1 970 millions d'USD

Le bénéfice sous-jacent était de 1 970 millions d'USD au 3T25, par rapport à 1 971 millions d'USD au 3T24 et était de 5 526 millions d'USD sur les 9M25 par rapport à 5 291 millions d'USD sur les 9M24.

Le bénéfice rapporté attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev était de 1 054 millions d'USD au 3T25 par rapport à 2 071 millions d'USD au 3T24, et de 4 878 millions sur les 9M25 par rapport à 4 635 millions sur les 9M24, le 3T25 et les 9M25 ayant tous deux subi l'impact négatif des éléments non sous-jacents.

BPA sous-jacent

0.99 USD

Le bénéfice par action (BPA) sous-jacent a augmenté de 1.0% pour atteindre 0.99 USD au 3T25, par rapport à 0.98 USD au 3T24, et a augmenté de 5.4% pour atteindre 2.78 USD sur les 9M25, par rapport à 2.64 USD sur les 9M24.

À taux de change constants, le BPA sous-jacent a augmenté de 0.3% au 3T25 et de 11.8% sur les 9M25.

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

L'exécution rigoureuse de notre stratégie a généré une hausse de 3.3% de l'EBITDA avec une expansion de la marge, et une croissance du BPA sous-jacent dans le bas de la fourchette entre 0% et 10%

L'exécution rigoureuse de notre stratégie et nos choix disciplinés en matière de produits et de gestion des coûts ont stimulé une performance financière résiliente. La dynamique de nos méga-marques, l'innovation dans les choix équilibrés et l'accélération de notre portefeuille Beyond Beer ont stimulé une croissance continue des produits et des bénéfices, et renforcé la puissance de marque du portefeuille. Nous estimons avoir remporté des parts de marché ou conservé nos parts sur la majorité de nos marchés, dont les États-Unis, le Brésil, l'Afrique du Sud, la Corée du Sud, le Canada et l'Équateur.

Les produits par hl ont augmenté de 4.8%, stimulant une hausse des produits de 0.9%, avec une croissance sur 70% de nos marchés. Les volumes ont régressé de 3.7%, principalement impactés par la performance en Chine et par des conditions météorologiques inhabituelles au Brésil. La croissance des produits, associée à la gestion des frais généraux, a plus que compensé les effets défavorables des taux de change transactionnels, stimulant une hausse de l'EBITDA de 3.3%, avec un accroissement de la marge de 85bps et une hausse du BPA sous-jacent de 1.0% en USD.

Les principaux faits marquants de notre performance ce trimestre sont les suivants : nous avons maintenu la dynamique de nos portefeuilles de bières sans alcool et Beyond Beer, qui affichent tous deux une hausse des produits de 27% ; Corona a continué de tirer notre performance premium au niveau mondial, avec une hausse des volumes de 5.9% en dehors du Mexique, et une croissance à deux chiffres sur 33 marchés ; nous avons continué à gagner des parts de marché aux États-Unis, sous l'impulsion de Michelob Ultra, qui est à présent la marque n° 1 en termes de volumes dans le secteur ; et en ce qui concerne nos initiatives numériques, la valeur brute des marchandises de BEES Marketplace a vu sa croissance trimestrielle poursuivre son accélération, affichant une hausse de 66% par rapport au 3T24, et se rapprochant d'1 milliard d'USD.

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 générer une croissance durable et une création de valeur à long terme.



1

Diriger et développer la catégorie :

Au 3T25, la puissance de notre portefeuille de marques a augmenté, portée par l'innovation axée sur le consommateur, l'augmentation de nos investissements marketing, ainsi que par des investissements ciblés. En outre, nous estimons avoir gagné des parts de marché ou conservé nos parts sur la majorité de nos marchés.

2

Digitaliser et monétiser notre écosystème :

BEES Marketplace a généré 935 millions d'USD en valeur brute des marchandises provenant des ventes de produits tiers, soit une hausse de 66% par rapport au 3T24. Au total, la valeur brute des marchandises de BEES a augmenté de 11% par rapport au 3T24 pour atteindre 13.3 milliards d'USD.

3

Optimiser nos activités :

Le conseil d'administration d'AB InBev a approuvé un nouveau programme de rachat d'actions d'un montant de 6 milliards d'USD, qui sera exécuté au cours des 24 prochains mois, ainsi qu'un acompte sur dividende de 0.15 EUR par action. Nous continuons de gérer notre portefeuille de dettes de manière proactive, et avons annoncé aujourd'hui le remboursement d'environ 2 milliards d'USD d'obligations en circulation.

1 Diriger et développer la catégorie

Sous l'impulsion de la performance dans chacun des leviers d'expansion de catégorie, la participation des consommateurs à notre portefeuille a été estimée stable sur l'ensemble de nos marchés clés au 3T25, avec des hausses de participation pour nos méga-marques et notre portefeuille de bières sans alcool.

- **Supériorité core** : Les produits de notre portefeuille mainstream ont augmenté de 0.8% au 3T25, stimulés par une hausse dans le haut de la fourchette entre 0% et 10% en Colombie et une hausse dans le milieu de la fourchette entre 0% et 10% en Afrique du Sud.
- **Premiumisation** : Aux États-Unis, Michelob Ultra a maintenu sa dynamique au 3T25, devenant la marque n° 1 sur les 9M25 en termes de volumes dans le secteur. Corona a tiré notre performance premium au niveau mondial, affichant une hausse des produits de 6.3% en dehors du Mexique. Les produits de notre portefeuille global de bières above core sont restés stables, la croissance étant limitée par la performance en Chine.
- **Choix équilibrés** : La croissance au 3T25 a été stimulée par notre portefeuille de bières sans alcool, qui a enregistré une hausse des produits de 27%, s'ajoutant avec succès à la hausse des produits dans le milieu de la fourchette entre 30% et 40% suite aux activations liées aux Jeux olympiques. La performance des bières sans alcool a été tirée par Corona Cero, qui affiche une hausse des volumes dans le bas de la fourchette entre 40% et 50%. Notre portefeuille global de choix équilibrés, constitué de marques de bières pauvres en glucides, sans sucre, sans gluten et sans alcool, a réalisé une hausse des produits de 6.5%.
- **Beyond Beer** : La croissance de notre portefeuille Beyond Beer s'est accélérée au 3T25, enregistrant une hausse des produits de 27%, tirée par la croissance à trois chiffres de Cutwater aux États-Unis.

2 Digitaliser et monétiser notre écosystème

- **Digitaliser nos relations avec plus de 6 millions de clients dans le monde** : Au 30 septembre 2025, BEES était opérationnelle sur 29 marchés, et environ 70% de nos produits avaient été générés à travers les plateformes numériques B2B. Au 3T25, BEES a généré 13.3 milliards d'USD en valeur brute des marchandises, soit une croissance de 11% par rapport au 3T24.
- **Monétiser notre circuit d'accès au marché ; une valeur brute des marchandises trimestrielle proche d'1 milliard d'USD** : La valeur brute des marchandises de BEES Marketplace a vu sa croissance s'accélérer au 3T25, avec une hausse de 66% par rapport au 3T24 pour atteindre 935 millions d'USD provenant des ventes de produits tiers.
- **Se placer en tête des solutions DTC** : Notre écosystème omnicanal DTC de produits numériques et physiques a généré environ 325 millions d'USD de produits au 3T25. Nos méga-marques DTC, Zé Delivery, TaDa Delivery et PerfectDraft, ont généré 17.9 millions de commandes e-commerce et ont rapporté 138 millions d'USD de produits au cours de ce trimestre, soit une hausse de 4% par rapport au 3T24.

3 Optimiser nos activités

- **Maximiser la création de valeur** : Nous sommes déterminés à créer de la valeur à long terme pour nos actionnaires grâce à une combinaison de croissance rentable et de choix disciplinés d'allocation de capital. Étant donné les progrès réalisés à l'égard de notre désendettement et nos solides résultats financiers sur les 9M25, le conseil d'administration d'AB InBev a approuvé un nouveau programme de rachat d'actions d'un montant de 6 milliards d'USD, qui sera exécuté au cours des 24 prochains mois, ainsi qu'un acompte sur dividende de 0.15 EUR par action. Nous continuons de gérer notre portefeuille de dettes de manière proactive, et avons annoncé le remboursement d'environ 2 milliards d'USD d'obligations en circulation.
- **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 4.22 kgCO₂e/hl sur les 9M25, soit une diminution de 48% par rapport à la référence de 2017. Dans le cadre de la gestion de l'eau, notre taux d'efficacité de consommation d'eau s'est amélioré en atteignant 2.38 hl par hl sur les 9M25 par rapport à 2.47 hl par hl sur les 9M24.

Assurer une croissance régulière et fiable

Au cours des 9 premiers mois de cette année, notre activité a réalisé une augmentation de l'EBITDA de 5.8% avec une expansion de la marge de 138 points de base et une croissance du BPA sous-jacent de 5.4% en USD et de 11.8% à taux de change constants. Nous avons effectué des choix stratégiques en matière de gestion des produits et d'affectation des ressources, et avons accru nos investissements en ventes et marketing afin de diriger et développer la catégorie. La valeur brute des marchandises de BEES Marketplace a vu sa croissance trimestrielle poursuivre son accélération et est désormais proche d'atteindre 1 milliard d'USD. Nous avons continué d'augmenter notre flexibilité pour les choix d'allocation de capital et avons annoncé un nouveau programme de rachat d'actions à hauteur de 6 milliards d'USD, ainsi qu'un acompte sur dividende. Notre empreinte bénéficie d'avantages structurels pour une croissance des volumes à long terme, avec une démographie favorable, un développement économique constant et des opportunités d'augmenter la participation dans la catégorie à travers l'innovation dans la catégorie premium, les choix équilibrés et le segment Beyond Beer. Notre solide performance financière sur les 9M25 et les atouts fondamentaux de notre entreprise renforcent notre confiance en notre capacité à réaliser nos perspectives pour l'EX25 et une création de valeur à long terme.

Perspectives 2025

- (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'EX25 reflètent notre évaluation actuelle de l'inflation et du contexte macroéconomique.
- (ii) **Coûts financiers nets** : Les charges nettes d'intérêts liées aux pensions et les charges de désactualisation devraient se situer entre 190 et 220 millions d'USD par trimestre, en fonction de la fluctuation des devises et des taux d'intérêt. Pour l'EX25, le coupon moyen de la dette brute devrait se situer autour de 4%.
- (iii) **Taux d'imposition effectif (TIE)** : Le TIE normalisé pour l'EX25 devrait se situer entre 26% et 28%. 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 3.5 et 4.0 milliards d'USD pour l'EX25.

Tableau 1. Résultats consolidés
en millions d'USD, sauf le BPA en USD par action et les volumes en milliers d'hl

	3T24	3T25	Croissance interne
Volumes	148 039	142 319	(3.7)%
Bières	128 534	123 757	(3.9)%
Non-Bières	19 505	18 562	(2.2)%
Produits	15 046	15 133	0.9%
Marge brute	8 366	8 537	2.0%
Marge brute en %	55.6%	56.4%	58 bps
EBITDA normalisé	5 424	5 594	3.3%
Marge EBITDA normalisé	36.0%	37.0%	85 bps
EBIT normalisé	4 091	4 205	3.2%
Marge EBIT normalisé	27.2%	27.8%	61 bps
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 071	1 054	
Bénéfice sous-jacent	1 971	1 970	
BPA de base	1.03	0.53	
BPA sous-jacent	0.98	0.99	

	9M24	9M25	Croissance interne
Volumes	433 877	421 934	(2.6)%
Bières	375 301	365 147	(2.9)%
Non-Bières	58 575	56 787	(0.7)%
Produits	44 927	43 764	1.8%
Marge brute	24 827	24 566	3.7%
Marge brute en %	55.3%	56.1%	104 bps
EBITDA normalisé	15 712	15 750	5.8%
Marge EBITDA normalisé	35.0%	36.0%	138 bps
EBIT normalisé	11 638	11 805	7.8%
Marge EBIT normalisé	25.9%	27.0%	152 bps
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	4 635	4 878	
Bénéfice sous-jacent	5 291	5 526	
BPA de base	2.31	2.46	
BPA sous-jacent	2.64	2.78	

Tableau 2. Volumes
en milliers d'hl

	3T24	Scope	Croissance interne	3T25	Croissance interne	
					Total	Bières
Amérique du Nord	22 764	(271)	(597)	21 896	(2.7)%	(4.0)%
Amériques du Centre	37 107	(51)	(141)	36 915	(0.4)%	(0.7)%
Amérique du Sud	39 502	-	(2 580)	36 922	(6.5)%	(6.6)%
EMEA	24 039	85	25	24 149	0.1%	0.4%
Asie-Pacifique	24 514	-	(2 213)	22 301	(9.0)%	(9.1)%
Exportations Globales et Sociétés Holding	112	-	23	136	20.6%	20.6%
AB InBev au niveau mondial	148 039	(237)	(5 483)	142 319	(3.7)%	(3.9)%
	9M24	Scope	Croissance interne	9M25	Croissance interne	
					Total	Bières
Amérique du Nord	66 756	(745)	(1 896)	64 115	(2.9)%	(3.5)%
Amériques du Centre	111 179	(51)	(310)	110 818	(0.3)%	(0.2)%
Amérique du Sud	115 818	-	(3 806)	112 011	(3.3)%	(3.9)%
EMEA	68 921	162	(10)	69 073	(0.0)%	(0.1)%
Asie-Pacifique	70 958	(93)	(5 200)	65 665	(7.3)%	(7.3)%
Exportations Globales et Sociétés Holding	244	(9)	16	252	6.9%	6.9%
AB InBev au niveau mondial	433 877	(736)	(11 207)	421 934	(2.6)%	(2.9)%

Performance des marchés clés

États-Unis : Michelob Ultra est désormais la marque n° 1 du secteur ; notre portefeuille continue de créer une dynamique et de remporter des parts de marché

- **Performance opérationnelle :**
 - **3T25 :** Les produits ont diminué de 0.8%, avec une progression des produits par hl de 2.0% stimulée par les initiatives de gestion des produits et la premiumisation. Les ventes aux détaillants ont diminué de 2.5%, une performance estimée supérieure à un secteur faible. Les ventes aux grossistes ont diminué de 2.7%. L'EBITDA a augmenté de 0.4% avec une amélioration de la marge de 42 points de base, stimulé par des initiatives de productivité, tout en continuant de renforcer nos investissements en marketing pour soutenir notre dynamique.
 - **9M25 :** Les produits ont régressé de 1.2%, avec une hausse des produits par hl de 1.8%. Nos ventes aux détaillants ont reculé de 3.1% et nos ventes aux grossistes ont diminué de 3.0%. Nous prévoyons une convergence des ventes aux détaillants et des ventes aux grossistes durant l'exercice. L'EBITDA a augmenté de 1.1%, avec une amélioration de la marge de 80 points de base.
- **Faits commerciaux marquants :** Grâce à une exécution rigoureuse et au renforcement du pouvoir de notre portefeuille de marques, nous avons poursuivi notre dynamique en continuant de gagner des parts de marché dans le secteur de la bière et la catégorie des boissons spiritueuses prêtes-à-boire, selon Circana. La performance de nos bières a été tirée par Michelob Ultra, qui a gagné le plus de part de marché en termes de volume et qui est maintenant la marque affichant les plus gros volumes du secteur sur les 9M25, et par Busch Light qui continue d'occuper la deuxième place en termes de gains de part de marché de volumes dans le secteur. Nous sommes le leader des bières sans alcool, notre portefeuille affichant une hausse à deux chiffres des produits, tiré par Michelob Ultra Zero qui est la marque de bière sans alcool qui affiche la croissance la plus rapide du secteur sur les 9M25. Dans le segment Beyond Beer, la dynamique de notre portefeuille s'est accélérée, avec une hausse des produits dans le milieu de la fourchette entre 40% et 50%, tirée par Cutwater, qui affiche une hausse des produits à trois chiffres et a été la marque remportant le plus de parts de marché dans l'ensemble du secteur des boissons spiritueuses en août et septembre.

Mexique : Croissance continue des produits stimulée par une gestion disciplinée des produits

- **Performance opérationnelle :**
 - **3T25 :** Les produits ont augmenté dans le bas de la fourchette entre 0% et 10%, avec une hausse des produits par hl dans le milieu de la fourchette entre 0% et 10% stimulée par les initiatives de gestion des produits. Les volumes affichent une baisse dans le bas de la fourchette entre 0% et 10%, une performance inférieure au secteur qui a été négativement impacté par un environnement de consommation faible et par des conditions météorologiques inhabituelles. Nos volumes se sont améliorés tout au long du trimestre, renouant avec la croissance et remportant des parts de marché en août et en septembre. Les choix disciplinés en matière de produits et les initiatives de productivité ont partiellement compensé l'effet défavorable des taux de change transactionnels pour réaliser une légère hausse de l'EBITDA.
 - **9M25 :** Les produits ont augmenté dans le milieu de la fourchette entre 0% et 10%, avec une hausse des produits par hl dans le milieu de la fourchette entre 0% et 10% et des volumes stables, ce qui est en conformité avec le secteur. L'EBITDA a augmenté dans le milieu de la fourchette entre 0% et 10%, avec un accroissement de la marge.
- **Faits commerciaux marquants :** Notre performance a été tirée par notre portefeuille de bières above core, qui affiche une hausse des produits dans le bas de la fourchette entre 0% et 10%, sous l'impulsion de Modelo et Pacifico. Nous menons la croissance dans les bières sans alcool, Corona Cero affichant une forte hausse à deux chiffres des volumes, et Modelo Cero, une innovation lancée cette année, s'étant déjà hissée à la 4^e place des bières sans alcool dans le secteur. Nous continuons de faire progresser nos initiatives numériques, BEES Marketplace enregistrant une croissance de 26% en valeur brute des marchandises par rapport au 3T24, et notre plateforme DTC numérique, TaDa Delivery, ayant déjà honoré plus de 3.2 millions de commandes sur les 9M25, soit une hausse de 5% par rapport aux 9M24.

Colombie : Des volumes records ont stimulé une croissance à deux chiffres des produits et une croissance des bénéfiques dans le milieu de la fourchette entre 0% et 10%

- **Performance opérationnelle :**
 - **3T25 :** Les produits ont enregistré une hausse dans le bas de la fourchette entre 10% et 20%, avec une croissance des produits par hl dans le haut de la fourchette entre 0% et 10%, stimulée par les initiatives de gestion des produits. Les volumes affichent une croissance dans le bas de la fourchette entre 0% et 10%, notre portefeuille ayant remporté des parts de marché dans les boissons alcoolisées, selon nos estimations. L'EBITDA a augmenté dans le milieu de la fourchette entre 0% et 10%.
 - **9M25 :** Les produits affichent une augmentation dans le haut de la fourchette entre 0% et 10%, avec une hausse des produits par hl dans le haut de la fourchette entre 0% et 10%. Les volumes ont enregistré une croissance dans le bas de la fourchette entre 0% et 10%. L'EBITDA a augmenté dans le haut de la fourchette entre 0% et 10%, avec un accroissement de la marge.
- **Faits commerciaux marquants :** Le secteur de la bière a continué de croître et de remporter des parts de marché dans les boissons alcoolisées au cours de ce trimestre, selon nos estimations. Nos marques premium et super premium ont tiré notre performance, réalisant une croissance des volumes dans le milieu de la fourchette entre 10% et 20% et générant des volumes records au troisième trimestre. Notre portefeuille de bières mainstream a continué de croître, affichant une augmentation des volumes dans le bas de la fourchette entre 0% et 10%.

Brésil : Des gains de part de marché et une gestion disciplinée des produits et des coûts ont permis de compenser la faiblesse du secteur pour atteindre un EBITDA stable, avec un accroissement de la marge

- **Performance opérationnelle :**
 - **3T25 :** Les produits ont régressé de 1.9% avec une croissance des produits par hl de 6.5%, stimulée par les initiatives de gestion des produits et la premiumisation. Les volumes totaux ont régressé de 7.9%, avec une baisse des volumes de bières de 7.7%, une performance estimée supérieure à un secteur faible, et un recul des non-bières de 8.5%, les deux secteurs ayant été impactés par des conditions météorologiques inhabituelles et un environnement de consommation faible. L'EBITDA a augmenté de 0.1% avec un accroissement de la marge de 68 points de base, les choix disciplinés en matière de gestion des produits et les initiatives en matière de productivité ayant plus que compensé l'effet défavorable des taux de change transactionnels.
 - **9M25 :** Les produits ont augmenté de 0.4%, avec une croissance des produits par hl de 4.9%. Les volumes totaux ont diminué de 4.3%, les volumes de bière enregistrant une baisse de 5.3% et les volumes des non-bières, un recul de 1.6%. L'EBITDA a augmenté de 6.5% avec un accroissement de la marge de 195 points de base.
- **Faits commerciaux marquants :** Nos marques de bières premium et super premium ont tiré notre performance, réalisant une hausse des volumes dans le milieu de la fourchette entre 10% et 20% et remportant des parts de segment pour devenir à ce jour le 1^{er} brasseur premium du secteur sur les 9M25, selon Nielsen. La tendance des parts de marché de notre portefeuille mainstream s'est améliorée tout au long du trimestre, mais les volumes ont été impactés négativement par la faiblesse du secteur. Notre portefeuille de choix équilibrés a soutenu une croissance régulière, les volumes de nos marques de bière sans-alcool enregistrant une croissance dans le bas de la fourchette entre 20% et 30% et Stella Artois Gluten Free ayant plus que doublé. En ce qui concerne les non-bières, notre portefeuille de boissons à faible teneur en sucre et sans sucre a maintenu sa performance exceptionnelle, réalisant une croissance des volumes dans le bas de la fourchette entre 20% et 30%. Nous poursuivons nos initiatives numériques, avec une croissance de la valeur brute des marchandises de BEES Marketplace de 88% par rapport au 3T24, et notre plateforme DTC numérique, Zé Delivery, atteignant 5.4 millions d'utilisateurs actifs mensuels.

Europe : Les gains de parts de marché et la premiumisation se sont poursuivis, stimulant des volumes stables et un redressement de la marge

- **Performance opérationnelle :**
 - **3T25 :** Les produits affichent une baisse dans le bas de la fourchette entre 0% et 10%, avec des produits par hl stables. Les volumes sont restés stables, une performance estimée supérieure à un secteur faible sur 5 de nos 6 marchés clés. L'EBITDA a augmenté dans le bas de la fourchette entre 0% et 10% avec un redressement de la marge.
 - **9M25 :** Nos produits ont régressé dans le bas de la fourchette entre 0% et 10%, nos produits par hl affichant une légère hausse stimulée par la premiumisation continue. Les volumes affichent une baisse dans le bas de la fourchette entre 0% et 10, remportant des parts de marché ou conservant nos parts sur l'ensemble de nos 6 marchés clés, selon nos estimations. L'EBITDA a augmenté dans le milieu de la fourchette entre 0% et 10% avec un redressement de la marge.
- **Faits commerciaux marquants :** Les gains de parts de marché et la premiumisation continue de notre portefeuille ont stimulé des volumes stables, nos marques premium et super premium représentant environ 60% de nos produits au 3T25. Notre performance au cours de ce trimestre a été stimulée par nos méga-marques, en particulier Corona, qui a réalisé une hausse à deux chiffres des volumes, et Stella Artois, qui a activé efficacement la campagne Perfect Serve au tournoi de tennis de Wimbledon. La dynamique de notre portefeuille de bières sans alcool s'est poursuivie, tirée par Corona Cero qui affiche une hausse des volumes dans le milieu de la fourchette entre 20% et 30%, s'ajoutant avec succès à la croissance à trois chiffres du 3T24 suite aux Jeux olympiques.

Afrique du Sud : La dynamique continue a permis d'enregistrer une croissance des produits dans le milieu de la fourchette entre 0% et 10% et une croissance des bénéfices dans le haut de la fourchette entre 0% et 10%

- **Performance opérationnelle :**
 - **3T25 :** Les produits ont augmenté dans le milieu de la fourchette entre 0% et 10%, avec une légère hausse des produits par hl. Les volumes affichent une hausse dans le milieu de la fourchette entre 0% et 10%, soutenus par l'échelonnement des livraisons en prévision de notre augmentation de prix prévue en octobre, et nous estimons avoir maintenu nos parts de bière tout en gagnant des parts sur le segment Beyond Beer. L'EBITDA a augmenté dans le haut de la fourchette entre 0% et 10%, avec un accroissement de la marge.
 - **9M25 :** Les produits ont augmenté dans le milieu de la fourchette entre 0% et 10%, avec une hausse des produits par hl dans le bas de la fourchette entre 0% et 10%. Les volumes ont enregistré une hausse dans le bas de la fourchette entre 0% et 10%, remportant des parts dans les segments bière et Beyond Beer, selon nos estimations. L'EBITDA a augmenté dans le milieu de la fourchette entre 0% et 10%, avec un accroissement de la marge.
- **Faits commerciaux marquants :** Le secteur de la bière a continué de croître et de remporter des parts de marché dans les boissons alcoolisées au cours de ce trimestre, selon nos estimations. Notre performance a été tirée par nos marques core, qui affichent une croissance des volumes dans le haut de la fourchette entre 0% et 10%, sous l'impulsion de Carling Black Label. La dynamique de notre portefeuille de bières premium et super premium s'est maintenue, avec une hausse des produits dans le milieu de la fourchette entre 0% et 10% tirée par Stella Artois. Dans le segment Beyond Beer, notre portefeuille affiche une croissance des volumes dans le milieu de la fourchette entre 10% et 20%, tirée par Flying Fish, Brutal Fruit et Redd's.

Chine : Les produits et les bénéfices ont régressé, sous l'impact de la performance des volumes

- **Performance opérationnelle :**
 - **3T25 :** Les volumes ont baissé de 11.4%, une performance inférieure au secteur selon nos estimations, notre performance ayant été impactée par la faiblesse persistante dans nos régions et canaux clés et par la gestion des stocks. Les produits par hl ont reculé de 4.3%, impactés par un accroissement des investissements afin d'élargir notre présence dans le canal à domicile et par un mix de marques négatif, entraînant une baisse des produits de 15.2%. L'EBITDA a diminué de 16.9%, les initiatives en matière de productivité ayant partiellement compensé l'impact du désendettement opérationnel.
 - **9M25 :** Les produits ont régressé de 11.3%, les produits par hl reculant de 2.2% et les volumes diminuant de 9.3%. L'EBITDA a reculé de 11.8%.
- **Faits commerciaux marquants :** Les volumes du secteur affichent une baisse dans le bas de la fourchette entre 0% et 10% par rapport au 3T24, la hausse du canal à domicile ne suffisant pas à compenser la faiblesse du canal hors domicile. Nos priorités absolues sont de recréer une dynamique et de relancer la croissance. Pour y parvenir, nous investissons dans notre portefeuille, dans l'innovation et dans les activations de méga-plateformes, améliorons notre circuit d'accès au marché dans le canal à domicile, et étendons notre empreinte au moyen d'une expansion géographique ciblée. À l'avenir, nos innovations comprendront le déploiement national de Budweiser Magnum et le lancement de nouveaux emballages pour Budweiser et Corona, tels que la canette d'un litre et une canette à ouverture totale pour que le rituel emblématique du quartier de citron vert puisse être étendu aux occasions de consommation à domicile.

Faits marquants sur nos autres marchés

- **Canada :** Les produits sont restés stables durant ce trimestre, avec une hausse des produits par hl dans le bas de la fourchette entre 0% et 10%. Nos volumes ont dépassé ceux du secteur dans les segments bière et Beyond Beer, selon nos estimations, affichant un recul dans le bas de la fourchette entre 0% et 10%. Notre performance a été tirée par Michelob Ultra, Busch et Corona, qui ont été trois des cinq marques remportant le plus de part de volume dans le secteur. Dans le segment Beyond Beer, nos gains de parts de marché ont été tirés par Cutwater et Mike's Hard Lemonade.
- **Pérou :** Les produits ont augmenté dans le milieu de la fourchette entre 0% et 10% au 3T25, avec une hausse des produits par hl dans le milieu de la fourchette entre 0% et 10%, stimulée par les initiatives de gestion des produits. Les volumes ont augmenté dans le bas de la fourchette entre 0% et 10%, notre performance étant tirée par nos portefeuilles de bières above core et de non-bières, qui affichent tous deux une hausse des volumes entre 10% et 20%.
- **Équateur :** Les produits ont augmenté dans le bas de la fourchette entre 10% et 20% au 3T25, les volumes enregistrant une hausse dans le haut de la fourchette entre 0% et 10%, après un 3T24 marqué par un secteur faible. La croissance a été stimulée par nos marques de bière above core qui ont enregistré une solide hausse des volumes à deux chiffres.
- **Argentine :** Les volumes affichent un recul dans le bas de la fourchette entre 0% et 10% au 3T25, la demande globale des consommateurs continuant d'être impactée par les pressions inflationnistes. Depuis le 1T24, la définition de croissance interne des produits en Argentine a été modifiée pour limiter la hausse des prix à 2% par mois maximum. Sur cette base, les produits affichent une hausse dans le haut de la fourchette entre 0% et 10%.
- **Afrique hors Afrique du Sud :** Au Nigéria, nos produits ont enregistré une croissance dans le milieu de la fourchette entre 0% et 10% au 3T25, soutenue par les initiatives de gestion des produits dans un environnement hautement inflationniste. Les volumes de bières affichent une baisse dans le bas de la fourchette entre 20% et 30%, une performance inférieure au secteur selon nos estimations, lequel a été impacté par un environnement de consommation faible. Sur nos autres marchés en Afrique, les produits affichent une hausse dans le bas de la fourchette entre 10% et 20% et les volumes sont restés stables, après une solide performance au 3T24.
- **Corée du Sud :** Les produits ont augmenté dans le milieu de la fourchette entre 0% et 10% au 3T25, avec une hausse des produits par hl dans le milieu de la fourchette entre 0% et 10%, stimulée par les initiatives de gestion des produits. Les volumes sont restés stables, une performance estimée supérieure au secteur, à la fois dans les canaux hors domicile et à domicile, la performance des produits étant stimulée par notre méga-marque Cass.

Compte de résultats consolidé

Tableau 3. Compte de résultats consolidé			
<i>en millions d'USD</i>			
	3T24	3T25	Croissance interne
Produits	15 046	15 133	0.9%
Coûts des ventes	(6 680)	(6 596)	0.4%
Marge brute	8 366	8 537	2.0%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	(4 490)	(4 535)	(0.5)%
Autres produits/(coûts) d'exploitation	215	203	(5.4)%
EBIT normalisé	4 091	4 205	3.2%
Éléments non sous-jacents au-dessus de l'EBIT	(125)	55	
Produits/(coûts) financiers nets	(1 043)	(1 165)	
Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents	236	(947)	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	89	110	
Éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées	-	-	
Impôts sur le résultat	(758)	(726)	
Bénéfice	2 489	1 532	
Bénéfice attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	418	478	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 071	1 054	
EBITDA normalisé	5 424	5 594	3.3%
Bénéfice sous-jacent	1 971	1 970	
	9M24	9M25	Croissance interne
Produits	44 927	43 764	1.8%
Coûts des ventes	(20 100)	(19 198)	0.6%
Marge brute	24 827	24 566	3.7%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	(13 738)	(13 347)	(0.6)%
Autres produits/(coûts) d'exploitation	548	585	10.7%
EBIT normalisé	11 638	11 805	7.8%
Éléments non sous-jacents au-dessus de l'EBIT	(244)	(39)	
Produits/(coûts) financiers nets	(3 400)	(3 210)	
Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents	(294)	(580)	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	226	246	
Éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées	104	9	
Impôts sur le résultat	(2 304)	(2 130)	
Bénéfice	5 725	6 100	
Bénéfice attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	1 090	1 222	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	4 635	4 878	
EBITDA normalisé	15 712	15 750	5.8%
Bénéfice sous-jacent	5 291	5 526	

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

Tableau 4. Éléments non sous-jacents au-dessus de l'EBIT et dans le résultat des entreprises associées				
<i>en millions d'USD</i>				
	3T24	3T25	9M24	9M25
Restructuration	(38)	(20)	(97)	(68)
Cession d'activités et vente d'actifs (y compris les pertes de dépréciation)	(87)	94	(147)	47
Frais juridiques	-	(18)	-	(18)
Éléments non sous-jacents au-dessus de l'EBIT	(125)	55	(244)	(39)
Éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées	-	-	104	9

L'EBIT normalisé ne comprend pas les éléments positifs non sous-jacents de 55 millions d'USD au 3T25, comprenant principalement un bénéfice de 96 millions d'USD reconnu suite à la cession d'actifs détenus en vue de la vente en Barbade et dans d'autres îles des Caraïbes, et ne comprend pas les éléments négatifs non sous-jacents de 39 millions d'USD sur les 9M25. Les éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées sur les 9M24 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				
<i>en millions d'USD</i>				
	3T24	3T25	9M24	9M25
Charges nettes d'intérêts	(685)	(675)	(2 084)	(1 959)
Charges de désactualisation et intérêts sur les pensions	(185)	(228)	(612)	(580)
Autres résultats financiers	(173)	(262)	(704)	(672)
Produits/(coûts) financiers nets	(1 043)	(1 165)	(3 400)	(3 210)

Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents

Tableau 6. Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents				
<i>en millions d'USD</i>				
	3T24	3T25	9M24	9M25
Ajustements à la valeur de marché	236	(947)	(271)	(608)
Gain/(perte) sur remboursement anticipé d'obligations et autres	-	-	(23)	29
Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents	236	(947)	(294)	(580)

Les coûts financiers nets non sous-jacents au 3T25 et sur les 9M25 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.

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 ci-dessous.

Tableau 7. Instruments non sous-jacents dérivés sur fonds propres				
	3T24	3T25	9M24	9M25
Prix de l'action au début de la période (Euro)	54.12	58.24	58.42	48.25
Prix de l'action à la fin de la période (Euro)	59.38	50.80	59.38	50.80
Nombre d'instruments de fonds propres (en 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				
<i>en millions d'USD</i>				
	3T24	3T25	9M24	9M25
Impôts sur le résultat	758	726	2 304	2 130
Taux d'imposition effectif	24.0%	33.8%	29.9%	26.7%
Taux d'imposition effectif normalisé	25.5%	25.1%	26.6%	25.4%

Les taux d'imposition effectifs sur les 9M24, du 3T25 et sur les 9M25 ont été négativement impactés 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 3T24 était positivement impacté par des gains non imposables provenant de ces instruments dérivés. En outre, le taux d'imposition effectif sur les 9M25 comprenait 56 millions d'USD de recettes fiscales non sous-jacentes, reflétant principalement 66 millions d'USD de recettes résultant de la renégociation des modalités du programme de régularisation fiscale fédéral brésilien de 2017. Le taux d'imposition effectif sur les 9M24 comprenait 114 millions d'USD de dépenses fiscales non sous-jacentes.

La diminution de notre TIE normalisé au 3T25 et sur les 9M25 par rapport au 3T24 et sur les 9M24 était stimulée principalement par le mix des différents pays.

BPA sous-jacent

Tableau 9. BPA sous-jacent				
<i>en USD par action, sauf le nombre d'actions en millions</i>				
	3T24	3T25	9M24	9M25
EBITDA normalisé	2.71	2.82	7.84	7.93
Amortissements et dépréciations	(0.67)	(0.70)	(2.03)	(1.99)
EBIT normalisé	2.04	2.12	5.81	5.94
Produits/(coûts) financiers nets	(0.52)	(0.59)	(1.70)	(1.62)
Impôts sur le résultat	(0.39)	(0.38)	(1.09)	(1.10)
Entreprises associées et participations ne donnant pas le contrôle	(0.17)	(0.16)	(0.43)	(0.47)
Impacts de l'hyperinflation	0.02	0.01	0.06	0.03
BPA sous-jacent	0.98	0.99	2.64	2.78
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires et restreintes	2 004	1 986	2 004	1 986

Réconciliation entre les indicateurs financiers IFRS et non-IFRS

Bénéfice attribuable aux porteurs de capitaux propres et bénéfice sous-jacent

Tableau 10. Bénéfice sous-jacent				
<i>en millions d'USD</i>				
	3T24	3T25	9M24	9M25
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 071	1 054	4 635	4 878
Impact net des éléments non sous-jacents sur le résultat	(133)	898	542	593
Impacts de l'hyperinflation	33	18	114	54
Bénéfice sous-jacent	1 971	1 970	5 291	5 526

Bénéfice par action (BPA) de base et sous-jacent

Tableau 11. BPA de base et sous-jacent				
<i>en USD par action, sauf le nombre d'actions en millions</i>				
	3T24	3T25	9M24	9M25
BPA de base	1.03	0.53	2.31	2.46
Impact net des éléments non sous-jacents	(0.07)	0.45	0.27	0.30
Impacts de l'hyperinflation	0.02	0.01	0.06	0.03
BPA sous-jacent	0.98	0.99	2.64	2.78
Impact des taux de change	-	-	-	0.17
BPA sous-jacent à taux de change constants	0.98	0.99	2.64	2.95
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires et restreintes	2 004	1 986	2 004	1 986

Bénéfice attribuable aux porteurs de capitaux propres et EBITDA normalisé

Tableau 12. Réconciliation entre l'EBITDA normalisé et le bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev				
<i>en millions d'USD</i>				
	3T24	3T25	9M24	9M25
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 071	1 054	4 635	4 878
Participations ne donnant pas le contrôle	418	478	1 090	1 222
Bénéfice	2 489	1 532	5 725	6 100
Impôts sur le résultat	758	726	2 304	2 130
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	(89)	(110)	(226)	(246)
Éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées	-	-	(104)	(9)
(Produits)/coûts financiers nets	1 043	1 165	3 400	3 210
(Produits)/coûts financiers nets non sous-jacents	(236)	947	294	580
Éléments non sous-jacents au-dessus de l'EBIT (y compris les pertes de valeur)	125	(55)	244	39
EBIT normalisé	4 091	4 205	11 638	11 805
Amortissements et dépréciations	1 333	1 390	4 074	3 945
EBITDA normalisé	5 424	5 594	15 712	15 750

L'EBITDA normalisé, l'EBIT normalisé et le bénéfice sous-jacent sont des indicateurs non-IFRS utilisés par AB InBev pour refléter la performance sous-jacente de la société. Le BPA sous-jacent et le BPA sous-jacent à taux de change constants sont des indicateurs financiers non-IFRS qu'AB InBev considère utiles pour les investisseurs car ils facilitent la comparaison du BPA d'une période à l'autre.

L'EBITDA normalisé est calculé en ajustant le bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev afin d'exclure ce qui suit : (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.

Le bénéfice sous-jacent est calculé en ajustant le bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev afin d'exclure ce qui suit : (i) les éléments non sous-jacents et (ii) les impacts de l'hyperinflation. Le BPA sous-jacent est calculé en divisant le bénéfice sous-jacent par la moyenne pondérée du nombre d'actions ordinaires et restreintes. Le BPA sous-jacent à taux de change constants correspond au BPA sous-jacent ajusté des effets de conversion des devises, en convertissant les résultats de la période en cours aux taux de change de la même période de l'exercice précédent.

L'EBITDA normalisé, l'EBIT normalisé et le bénéfice sous-jacent ne sont pas des indicateurs de comptabilité en vertu des normes 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. Le BPA sous-jacent et le BPA sous-jacent à taux de change constants ne sont pas des indicateurs de comptabilité en vertu des normes IFRS et ne doivent pas être considérés comme des alternatives au BPA en tant qu'indicateur de performance opérationnelle par action. Il n'existe pas de méthode de calcul standard pour ces indicateurs financiers non-IFRS et la définition de l'EBITDA normalisé, de l'EBIT normalisé, du bénéfice sous-jacent, du BPA sous-jacent et du BPA sous-jacent à taux de change constants selon AB InBev peut ne pas être comparable à celle d'autres sociétés.

Acompte sur dividende 2025

Le conseil d'administration d'AB InBev a approuvé un acompte sur dividende de 0.15 EUR par action pour l'exercice 2025. En accord avec la discipline financière et les objectifs de désendettement de la société, l'acompte sur dividende met en équilibre les priorités d'affectation de capital de la société et la politique en matière de dividendes, tout en restituant des liquidités aux actionnaires. Le calendrier des dates ex-dividende, dates d'enregistrement et dates de paiement est consultable ci-dessous :

Calendrier de l'acompte sur dividende			
	Date ex-dividende	Date d'enregistrement	Date de paiement
Euronext	18 novembre 2025	19 novembre 2025	20 novembre 2025
MEXBOL	18 novembre 2025	19 novembre 2025	20 novembre 2025
JSE	17 novembre 2025	19 novembre 2025	20 novembre 2025
NYSE (programme ADR)	19 novembre 2025	19 novembre 2025	17 décembre 2025
Actions restreintes	18 novembre 2025	19 novembre 2025	20 novembre 2025

Événements récents

Annonce d'un programme de rachat d'actions d'un montant de 6 milliards d'USD qui sera exécuté au cours des 24 prochains mois

Le 29 octobre 2025, le conseil d'administration d'AB InBev a approuvé un programme de rachat d'actions d'un montant de 6 milliards d'USD qui sera exécuté au cours des 24 prochains mois¹. Sur base du cours de clôture des actions ordinaires d'AB InBev sur Euronext le 29 octobre, ce montant représentait environ 97.3 millions d'actions. Ce nombre d'actions fluctuera en fonction de l'évolution du cours de l'action. Le programme de rachat d'actions sera mis en place conformément aux meilleures pratiques du secteur et aux règles et réglementations en vigueur en matière de rachat d'actions. À cette fin, un intermédiaire financier indépendant sera désigné pour procéder au rachat d'actions 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 de 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 de notre site web consacrées aux relations avec les investisseurs (*investor relations*), dans la section « Return of Capital Program » (<https://www.ab-inbev.com/investors/share-information/return-of-capital-program>). Actuellement, notre intention 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 et/ou, sous réserve d'approbation par l'Assemblée générale des actionnaires qui se tiendra le 29 avril 2026, d'annuler les actions dans le cadre d'une réduction de capital. Le programme sera exécuté en vertu des pouvoirs conférés lors de l'Assemblée générale des actionnaires du 28 avril 2021 à renouveler, sous réserve d'approbation, par l'Assemblée générale des actionnaires du 29 avril 2026.

Annonce d'un remboursement d'obligations de 2 milliards d'USD

Le 30 octobre 2025, la société a annoncé le remboursement d'environ 2 milliards d'USD d'obligations en circulation. Des détails complémentaires seront fournis dans la section « communiqués de presse » de notre site web sur <https://www.ab-inbev.com/news-media/press-releases/>.

¹ Les rachats après le 31 mai 2026, le cas échéant, seront soumis au renouvellement des pouvoirs nécessaires au rachat d'actions par l'Assemblée générale des actionnaires qui se tiendra le 29 avril 2026.

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. Depuis le 1T24, la définition de croissance interne des produits a été modifiée pour limiter la hausse des prix en Argentine à 2% par mois au 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 et Corona, exclut les exportations vers l'Australie pour lesquelles une licence perpétuelle a été accordée à un tiers lors de la cession des activités australiennes en 2020. Toutes les références données par hectolitre (par hl) ne comprennent pas les activités non-boissons 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 3T25, nous avons rapporté un impact négatif du traitement comptable de l'hyperinflation sur le bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev de (18) millions d'USD. L'impact sur le BPA de base au 3T25 était de (0.01) USD. Les valeurs indiquées dans les tableaux et les annexes peuvent ne pas concorder à cause d'arrondis. Les BPA du 3T25 et des 9M25 sont basés sur la moyenne pondérée de 1 986 millions d'actions, par rapport à une moyenne pondérée de 2 004 millions d'actions pour le 3T24 et les 9M24.

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 des faits historiques, et sont généralement rédigées au futur ou comprennent des mots ou expressions tels que « pourrait », « devrait », « croire », « avoir l'intention », « s'attendre à », « anticiper », « viser », « ambitionner », « 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 12 mars 2025. Un grand nombre de ces risques et incertitudes sont, et seront, exacerbés par toute dégradation de l'environnement commercial et économique mondial, résultant notamment des variations des taux de change et des conflits géopolitiques. 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 à la période des neuf premiers mois de 2025 (9M25) présentées aux tableaux 1 (excepté les informations relatives aux volumes), 3 à 6, 8, 10 et 12 du présent communiqué de presse sont extraites des états financiers intermédiaires consolidés condensés non audités du groupe arrêtés au 30 septembre 2025 et pour la période de neuf mois close à cette date, qui ont fait l'objet d'un audit par notre commissaire PwC Bedrijfsrevisoren BV / Réviseurs d'Entreprises SRL conformément aux normes du 'Public Company Accounting Oversight Board' (États-Unis). Les données financières relatives au troisième trimestre 2025 (3T25) présentées aux tableaux 1 (excepté les informations relatives aux volumes), 3 à 6, 8, 10 et 12, et les données financières incluses dans les tableaux 7, 9 et 11 du présent communiqué de presse sont extraites des documents comptables sous-jacents arrêtés au 30 septembre 2025 et pour la période de neuf mois close à cette date. Les références aux contenus de nos sites web, tels que 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 jeudi 30 octobre 2025 :

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

Détails concernant l'inscription :

Webdiffusion (mode écoute uniquement) :

[AB InBev 3Q25 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

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

Ekaterina Baillie

E-mail : ekaterina.baillie@ab-inbev.com

Patrick Ryan

E-mail: patrick.ryan@ab-inbev.com

Médias

Media Relations

E-mail : media.relations@ab-inbev.com

À propos d'AB InBev

Anheuser-Bush 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 Hooft 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 144 000 collaborateurs basés dans près de 50 pays de par le monde. En 2024, les produits rapportés d'AB InBev s'élevaient à 59.8 milliards d'USD (hors joint-ventures et entités associées).

Annexe 1 : Information sectorielle (3T)

AB InBev au niveau mondial	3T24	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T25	Croissance interne
Volumes	148 039	(237)	-	(5 483)	142 319	(3.7)%
Produits	15 046	(59)	9	136	15 133	0.9%
Coûts des ventes	(6 680)	34	23	28	(6 596)	0.4%
Marge brute	8 366	(25)	32	164	8 537	2.0%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	(4 490)	(16)	(6)	(23)	(4 535)	(0.5)%
Autres produits/(coûts) d'exploitation	215	(8)	7	(11)	203	(5.4)%
EBIT normalisé	4 091	(49)	33	129	4 205	3.2%
EBITDA normalisé	5 424	(51)	45	177	5 594	3.3%
Marge EBITDA normalisé	36.0%				37.0%	85 bps

Amérique du Nord	3T24	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T25	Croissance interne
Volumes	22 764	(271)	-	(597)	21 896	(2.7)%
Produits	3 867	(74)	(2)	(26)	3 765	(0.7)%
Coûts des ventes	(1 602)	56	1	45	(1 500)	2.9%
Marge brute	2 265	(18)	(2)	19	2 264	0.8%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	(1 094)	(20)	0	(7)	(1 121)	(0.6)%
Autres produits/(coûts) d'exploitation	8	-	0	(5)	3	(68.9)%
EBIT normalisé	1 179	(39)	(1)	7	1 146	0.6%
EBITDA normalisé	1 358	(39)	(1)	5	1 323	0.4%
Marge EBITDA normalisé	35.1%				35.1%	37 bps

Amériques du Centre	3T24	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T25	Croissance interne
Volumes	37 107	(51)	-	(141)	36 915	(0.4)%
Produits	4 103	6	41	174	4 325	4.2%
Coûts des ventes	(1 462)	(2)	(10)	(53)	(1 527)	(3.6)%
Marge brute	2 641	4	31	121	2 797	4.6%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	(936)	(27)	(13)	16	(960)	1.7%
Autres produits/(coûts) d'exploitation	3	(0)	0	(2)	1	(85.8)%
EBIT normalisé	1 707	(23)	18	136	1 838	8.0%
EBITDA normalisé	2 068	(25)	21	106	2 170	5.2%
Marge EBITDA normalisé	50.4%				50.2%	45 bps

Amérique du Sud	3T24	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T25	Croissance interne
Volumes	39 502	-	-	(2 580)	36 922	(6.5)%
Produits	2 932	(54)	(136)	59	2 802	2.0%
Coûts des ventes	(1 502)	29	87	(26)	(1 413)	(1.8)%
Marge brute	1 430	(25)	(49)	33	1 389	2.3%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	(870)	10	48	(28)	(841)	(3.2)%
Autres produits/(coûts) d'exploitation	104	(12)	3	4	100	4.8%
EBIT normalisé	664	(26)	2	9	648	1.4%
EBITDA normalisé	908	(24)	(6)	3	881	0.4%
Marge EBITDA normalisé	31.0%				31.5%	(48) bps

EMEA	3T24	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T25	Croissance interne
Volumes	24 039	85	-	25	24 149	0.1%
Produits	2 351	(8)	111	70	2 524	3.0%
Coûts des ventes	(1 188)	6	(57)	(5)	(1 244)	(0.4)%
Marge brute	1 163	(2)	54	65	1 280	5.7%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	(689)	(17)	(35)	(20)	(760)	(2.9)%
Autres produits/(coûts) d'exploitation	47	4	3	4	59	8.7%
EBIT normalisé	521	(15)	22	50	579	9.9%
EBITDA normalisé	780	(15)	35	58	859	7.6%
Marge EBITDA normalisé	33.2%				34.0%	148 bps

Asie-Pacifique	3T24	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T25	Croissance interne
Volumes	24 514	-	-	(2 213)	22 301	(9.0)%
Produits	1 691	0	(6)	(153)	1 533	(9.0)%
Coûts des ventes	(797)	(8)	3	84	(718)	10.4%
Marge brute	894	(8)	(2)	(69)	814	(7.8)%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	(580)	(10)	2	43	(546)	7.2%
Autres produits/(coûts) d'exploitation	27	-	-	6	32	20.8%
EBIT normalisé	340	(18)	(0)	(21)	300	(6.4)%
EBITDA normalisé	503	(18)	(1)	(32)	452	(6.6)%
Marge EBITDA normalisé	29.8%				29.5%	77 bps

Exportations Globales et Sociétés Holding	3T24	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T25	Croissance interne
Volumes	112	-	-	23	136	20.6%
Produits	102	71	1	12	185	11.4%
Coûts des ventes	(129)	(47)	(1)	(17)	(194)	(13.3)%
Marge brute	(27)	24	0	(5)	(8)	(20.8)%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	(320)	49	(8)	(27)	(307)	(10.4)%
Autres produits/(coûts) d'exploitation	26	0	0	(18)	8	(68.4)%
EBIT normalisé	(321)	72	(7)	(51)	(306)	(19.4)%
EBITDA normalisé	(194)	70	(3)	36	(91)	26.6%

Annexe 2 : Information sectorielle (9M)

AB InBev au niveau mondial	9M24	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M25	Croissance interne
Volumes	433 877	(736)	-	(11 207)	421 934	(2.6)%
Produits	44 927	(190)	(1 777)	805	43 764	1.8%
Coûts des ventes	(20 100)	(5)	793	114	(19 198)	0.6%
Marge brute	24 827	(196)	(984)	919	24 566	3.7%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	(13 738)	(35)	504	(78)	(13 347)	(0.6)%
Autres produits/(coûts) d'exploitation	548	5	(26)	57	585	10.7%
EBIT normalisé	11 638	(225)	(505)	898	11 805	7.8%
EBITDA normalisé	15 712	(225)	(647)	909	15 750	5.8%
Marge EBITDA normalisé	35.0%				36.0%	138 bps

Amérique du Nord	9M24	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M25	Croissance interne
Volumes	66 756	(745)	-	(1 896)	64 115	(2.9)%
Produits	11 324	(200)	(40)	(111)	10 973	(1.0)%
Coûts des ventes	(4 752)	147	14	144	(4 447)	3.2%
Marge brute	6 572	(53)	(27)	33	6 525	0.5%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	(3 280)	(29)	14	(0)	(3 295)	(0.0)%
Autres produits/(coûts) d'exploitation	(1)	-	1	25	26	-
EBIT normalisé	3 291	(82)	(11)	58	3 256	1.8%
EBITDA normalisé	3 822	(82)	(14)	55	3 781	1.5%
Marge EBITDA normalisé	33.8%				34.5%	84 bps

Amériques du Centre	9M24	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M25	Croissance interne
Volumes	111 179	(51)	-	(310)	110 818	(0.3)%
Produits	12 677	(19)	(758)	549	12 449	4.3%
Coûts des ventes	(4 641)	(32)	263	17	(4 393)	0.4%
Marge brute	8 036	(51)	(495)	566	8 055	7.1%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	(3 002)	(11)	179	(26)	(2 858)	(0.9)%
Autres produits/(coûts) d'exploitation	26	(0)	(1)	(10)	15	(36.8)%
EBIT normalisé	5 060	(61)	(317)	530	5 212	10.6%
EBITDA normalisé	6 172	(63)	(383)	451	6 177	7.4%
Marge EBITDA normalisé	48.7%				49.6%	140 bps

Amérique du Sud	9M24	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M25	Croissance interne
Volumes	115 818	-	-	(3 806)	112 011	(3.3)%
Produits	8 950	(40)	(1 036)	435	8 309	4.9%
Coûts des ventes	(4 515)	(70)	548	(140)	(4 176)	(3.1)%
Marge brute	4 435	(110)	(487)	295	4 132	6.7%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	(2 787)	(16)	335	(85)	(2 553)	(3.0)%
Autres produits/(coûts) d'exploitation	319	(9)	(27)	18	302	6.2%
EBIT normalisé	1 967	(135)	(180)	228	1 881	11.9%
EBITDA normalisé	2 742	(131)	(268)	236	2 580	8.8%
Marge EBITDA normalisé	30.6%				31.1%	113 bps

EMEA	9M24	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M25	Croissance interne
Volumes	68 921	162	-	(10)	69 073	(0.0)%
Produits	6 579	(7)	127	278	6 978	4.3%
Coûts des ventes	(3 403)	19	(62)	(77)	(3 523)	(2.3)%
Marge brute	3 176	12	65	202	3 454	6.4%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	(1 994)	(54)	(44)	(40)	(2 131)	(2.0)%
Autres produits/(coûts) d'exploitation	126	14	4	16	159	11.1%
EBIT normalisé	1 308	(27)	25	177	1 483	13.9%
EBITDA normalisé	2 070	(27)	40	200	2 283	9.8%
Marge EBITDA normalisé	31.5%				32.7%	166 bps
Asie-Pacifique	9M24	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M25	Croissance interne
Volumes	70 958	(93)	-	(5 200)	65 665	(7.3)%
Produits	5 074	(6)	(71)	(356)	4 641	(7.0)%
Coûts des ventes	(2 381)	(17)	32	192	(2 174)	8.0%
Marge brute	2 694	(23)	(39)	(164)	2 466	(6.1)%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	(1 575)	(13)	23	77	(1 487)	4.9%
Autres produits/(coûts) d'exploitation	82	0	(0)	(9)	73	(11.4)%
EBIT normalisé	1 202	(36)	(16)	(96)	1 053	8.2%
EBITDA normalisé	1 689	(36)	(22)	(123)	1 508	(7.4)%
Marge EBITDA normalisé	33.3%				32.5%	(12) bps
Exportations Globales et Sociétés Holding	9M24	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M25	Croissance interne
Volumes	244	(9)	-	16	252	6.9%
Produits	323	82	1	10	416	3.5%
Coûts des ventes	(408)	(51)	(2)	(22)	(484)	(5.9)%
Marge brute	(86)	31	(0)	(12)	(68)	(13.1)%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	(1 101)	86	(3)	(5)	(1 023)	(0.5)%
Autres produits/(coûts) d'exploitation	(5)	0	(2)	17	11	-
EBIT normalisé	(1 191)	117	(5)	0	(1 079)	0.0%
EBITDA normalisé	(784)	114	(1)	91	(580)	13.2%