

L'information ci-jointe constitue une information réglementée au sens de l'arrêté royal belge du 14 novembre 2007 relatif aux obligations des émetteurs d'instruments financiers admis à la négociation sur un marché réglementé. Sauf indication contraire, les analyses ci-dessous sont basées sur des chiffres internes et se rapportent au 4T16 et à l'EX16 sur la base d'une comparaison avec la même période de l'année dernière. Pour consulter les mentions légales importantes, veuillez vous référer aux pages 23 et 24.

Anheuser-Busch InBev publie les résultats du quatrième trimestre et de l'exercice 2016

FAITS MARQUANTS

- **Produits** : Les produits ont augmenté de 2,4 % au cours de l'EX16 et de 0,2 % au 4T16, avec une croissance des produits par hl de 4,5 % durant l'EX16 et de 3,9 % au 4T16. Sur une base géographique constante, les produits par hl ont augmenté de 4,1 % au cours de l'EX16 et de 3,1 % au 4T16, grâce aux initiatives de premiumisation et de gestion des revenus, compensées partiellement par les faibles produits nets par hl au Brésil, tel que prévu en raison d'une comparaison difficile avec l'année précédente.
- **Volumes** : Les volumes totaux ont diminué de 2,0 % durant l'EX16, les volumes de nos propres bières marquant un recul de 1,4 % et les volumes non-bières, un recul de 6,2 %. Au 4T16, les volumes totaux ont diminué de 3,3 %, les volumes de nos propres bières affichant une baisse de 3,0 % et les volumes non-bières, une baisse de 4,4 %. Nous avons constaté une amélioration des tendances de part de marché sur la majorité de nos marchés clés.
- **Marques mondiales** : Les produits combinés de nos trois marques mondiales Budweiser, Corona et Stella Artois ont augmenté de 6,5 % au cours de l'EX16 et de 2,8 % au 4T16. Budweiser a augmenté ses produits mondiaux de 2,8 %. Stella Artois et Corona ont également enregistré de bons résultats durant l'EX16, avec une croissance des produits mondiaux de respectivement 6,3 % et 14,3 %.
- **Coûts des Ventes (CdV)** : Durant l'EX16, les CdV ont augmenté de 1,8 % et de 4,6 % par hl. Sur une base géographique constante, les CdV par hl ont augmenté de 4,4 % au cours de l'EX16. Au 4T16, les CdV ont augmenté de 0,7 % et de 5,2 % par hl. Sur une base géographique constante, les CdV par hl ont augmenté de 5,3 % au 4T16.
- **L'EBITDA** de l'EX16 affiche une légère baisse de 0,1 %, passant à 16 753 millions d'USD, due à un très faible résultat au Brésil au second semestre. La marge EBITDA a diminué de 92 points de base à 36,8 % durant l'EX16. Au 4T16, l'EBITDA a chuté de 3,6 % à 5 248 millions d'USD. Sans tenir compte du Brésil, l'EBITDA a augmenté de 6,3 % durant l'EX16 et de 6,4 % au 4T16.
- **Résultats financiers nets** : Les coûts financiers nets (hors résultats financiers nets non-récurrents) ont totalisé 5 208 millions d'USD pour l'EX16, par rapport à 1 239 millions d'USD pour l'EX15. Cette hausse résulte essentiellement des émissions d'obligations au 1T16 liées au financement du rapprochement avec SABMiller et d'un ajustement à la valeur de marché négatif lié à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions au 4T16. Les coûts financiers nets s'élèvent à 2 037 millions d'USD au 4T16, par rapport à un gain de 34 millions d'USD au 4T15.
- **Impôt sur le résultat** : L'impôt sur le résultat pour l'EX16 s'élevait à 1 613 millions d'USD, avec un taux d'imposition effectif (TIE) normalisé de 20,9 %, alors qu'il était de 2 594 millions d'USD au cours de l'EX15, avec un TIE normalisé de 19,1 %.
- **Bénéfice** : Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev s'élevait à 4 853 millions d'USD pour l'EX16, par rapport à 8 513 millions d'USD pour l'EX15, en raison d'une hausse des coûts financiers nets et d'effets de change défavorables. Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev s'élevait à 919 millions d'USD au 4T16, alors qu'il était de 2 561 millions d'USD au 4T15.
- **Bénéfice par action** : Le bénéfice par action (BPA) normalisé a diminué de 5,20 USD pour l'EX15 à 2,83 USD pour l'EX16, et a diminué de 1,56 USD au 4T15 à 0,43 USD au 4T16, ces deux résultats ayant subi un impact de 79 % dû à des éléments inhabituels tels qu'illustrés aux tableaux 12 et 13.
- **Dividende** : Le Conseil d'administration d'AB InBev propose un solde de dividende de 2,00 EUR par

action, sous réserve de l'approbation des actionnaires à l'AGA prévue le 26 avril 2017. Combiné à l'acompte sur dividende de 1,60 EUR par action versé en novembre 2016, le dividende total pour l'EX16 atteindrait 3,60 EUR par action. Le calendrier des dates ex-coupon, des dates d'enregistrement et des dates de paiement est repris dans un tableau fourni à la page 22.

- **Synergies :** Entre le 1^{er} avril 2016 et le 31 décembre 2016, 282 millions d'USD de synergies et d'économies de coûts ont été réalisés dans le cadre du rapprochement avec SABMiller, en plus des 547 millions rapportés par SABMiller au 31 mars 2016. Une mise à jour de nos indications concernant les synergies totales est fournie dans les perspectives 2017.
- **Le rapport financier de l'exercice 2016** est consultable sur notre site www.ab-inbev.com.

Tableau 1. Résultats consolidés (millions d'USD)

	EX15 Rapporté	EX15 Base de référence	EX16	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	457 317	502 246	500 242	-2,0%
Nos propres bières	409 949	439 158	433 925	-1,4%
Volumes des non-bières	44 103	58 521	61 906	-6,2%
Produits de tiers	3 265	4 567	4 412	-8,9%
Produits	43 604	46 928	45 517	2,4%
Marge brute	26 467	28 584	27 715	2,8%
Marge brute en %	60,7%	60,9%	60,9%	24 bps
EBITDA normalisé	16 839	18 145	16 753	-0,1%
Marge EBITDA normalisé	38,6%	38,7%	36,8%	-92 bps
EBIT normalisé	13 768	14 882	13 276	-2,9%
Marge EBIT normalisé	31,6%	31,7%	29,2%	-162 bps
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	8 273		1 241	
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	8 513		4 853	
Bénéfice par action (USD)	5,05		0,72	
Bénéfice normalisé par action (USD)	5,20		2,83	

	4T15 Rapporté	4T15 Base de référence	4T16	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	111 424	156 353	159 439	-3,3%
Nos propres bières	98 524	127 733	123 975	-3,0%
Volumes des non-bières	12 147	26 565	33 444	-4,4%
Produits de tiers	754	2 055	2 020	-6,8%
Produits	10 723	14 047	14 202	0,2%
Marge brute	6 692	8 809	8 795	-
Marge brute en %	62,4%	62,7%	61,9%	-17 bps
EBITDA normalisé	4 313	5 619	5 248	-3,6%
Marge EBITDA normalisé	40,2%	40,0%	37,0%	-152 bps
EBIT normalisé	3 539	4 653	4 148	-7,0%
Marge EBIT normalisé	33,0%	33,1%	29,2%	-236 bps
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 287		400	
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 561		919	
Bénéfice par action (USD)	1,40		0,21	
Bénéfice normalisé par action (USD)	1,56		0,43	

Tableau 2. Volumes (milliers d'hl)

	EX15 Base de référence	Scope	Croissance interne	EX16	Croissance interne Volumes totaux	Croissance interne Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	118 151	671	-1 932	116 890	-1,6%	-1,6%
Amérique latine Ouest	61 096	-1 087	3 609	63 618	6,0%	5,9%
Amérique latine Nord	124 106	1 210	-7 304	118 012	-5,9%	-6,0%
Amérique latine Sud	34 009	41	-1 893	32 158	-5,6%	-2,1%
EMEA	69 158	7 859	-1 670	75 348	-2,4%	-1,4%
Asie-Pacifique	93 203	153	-1 079	92 278	-1,2%	-1,1%
Exportations Globales et Sociétés Holding	2 522	- 730	147	1 940	8,2%	3,9%
AB InBev au niveau mondial	502 246	8 118	-10 121	500 242	-2,0%	-1,4%

	4T15 Base de référence	Scope	Croissance interne	4T16	Croissance interne Volumes totaux	Croissance interne Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	27 316	186	- 963	26 539	-3,5%	-3,5%
Amérique latine Ouest	28 675	-	634	29 309	2,2%	1,3%
Amérique latine Nord	35 941	335	-2 388	33 888	-6,6%	-6,6%
Amérique latine Sud	10 065	2	- 206	9 861	-2,0%	0,6%
EMEA	34 554	8 080	-1 431	41 204	-4,1%	-2,8%
Asie-Pacifique	19 071	-135	- 881	18 055	-4,7%	-5,1%
Exportations Globales et Sociétés Holding	729	-206	59	582	11,3%	2,4%
AB InBev au niveau mondial	156 353	8 262	-5 176	159 439	-3,3%	-3,0%

COMMENTAIRES DE LA DIRECTION

En octobre 2016, nous avons finalisé notre rapprochement avec SABMiller, et sommes ainsi devenus le premier brasseur véritablement mondial et l'un des plus grands groupes de biens de consommation au monde. Nous sommes heureux d'accueillir l'équipe de SABMiller. Après avoir rencontré de nombreux nouveaux collègues, nous sommes impatients de travailler ensemble et sommes enthousiasmés par les compétences, la passion, le dévouement et l'impulsion de notre réserve de talents mondiale combinée.

Atteindre davantage ensemble

La raison de cette opération est simple. SABMiller était un acteur de premier plan qui partageait nos critères de performance élevés et notre volonté de créer de la valeur pour nos actionnaires. Nous savions que nous serions en mesure d'atteindre plus en combinant nos forces. Aujourd'hui, nous développons les points forts des deux entreprises et pensons que le résultat sera significatif – pour notre activité et pour notre Rêve de réunir les gens pour un monde meilleur.

Ce rapprochement devrait générer de solides opportunités de croissance et profiter à nos parties prenantes. Nous sommes aujourd'hui présents sur la plupart des grands marchés brassicoles. Nous avons renforcé notre position dans les régions en développement, avec d'excellentes perspectives de croissance en Asie, en Amérique centrale et du Sud, et aussi en Afrique, qui jouera un rôle clé dans le développement de notre entreprise.

Notre portefeuille commun de plus de 500 bières inclut 7 des 10 plus grandes marques de bière au monde et 18 marques générant des produits de plus d'1 milliard d'USD. En commercialisant nos marques via un réseau de distribution très complémentaire, nous offrirons plus de choix à davantage de consommateurs de par le monde.

Ce rapprochement est unique car il offre d'importantes synergies intellectuelles, nous permettant de partager et d'intégrer les meilleures pratiques des deux entreprises. Nous apprécions énormément les connaissances, les initiatives et les idées complémentaires que nos nouveaux collègues apportent, comme par exemple :

- leurs réflexions complètes sur la manière de développer la catégorie bière en renforçant son attrait pour les consommateurs à davantage d'occasions ;
- leur point de vue sur l'évolution des modèles de consommation dans les régions en développement et l'impact sur nos efforts de premiumisation ; et
- des modèles reproductibles pour valoriser les marques de pils.

Le processus d'intégration étant bien engagé, nous actualisons les synergies et économies de coûts attendues, qui passent de 2,45 milliards d'USD à 2,8 milliards d'USD sur une base monétaire constante à partir d'août 2016. Sur le total initial de 2,45 milliards d'USD, nous avons annoncé 1,4 milliard d'USD de synergies liées à l'opération et SABMiller avait précédemment annoncé 1,05 milliard d'USD d'initiatives d'économie de coûts. Sur ce total, 547 millions d'USD ont été rapportés par SABMiller au 31 mars 2016, et 282 millions d'USD ont été générés entre le 1^{er} avril 2016 et le 31 décembre 2016. Le solde d'environ 2,0 milliards d'USD devrait être réalisé au cours des trois à quatre prochaines années.

Enfin, le fait de réunir nos capacités d'innovation nous permettra de lancer de nouveaux produits attrayants. Nous avons accès à quelques-uns des plus grands événements sportifs, musicaux et autres, comme la Coupe du Monde de la FIFA, la NFL et des festivals musicaux de renommée internationale, offrant des opportunités marketing intéressantes de tisser des liens plus étroits avec les consommateurs.

Une année difficile pour la performance, avec quelques points lumineux

Du point de vue de la croissance des produits, l'EX16 a été difficile, avec une hausse des produits nets de 2,4 %. Le contexte défavorable au Brésil a exercé une pression sur les consommateurs et a impacté nos résultats. Beaucoup d'initiatives, dont la premiumisation et l'augmentation du nombre de bouteilles en verre consignées dans l'off-trade, ont été bien accueillies, mais les volumes de bière au Brésil ont reculé, les produits ont souffert et les coûts des ventes ont augmenté par rapport à l'EX15 suite à la dévaluation du real brésilien. Sans tenir compte du Brésil, les produits nets ont augmenté de 4,0 % au cours de l'EX16.

Tableau 3. Indicateurs de performance (hors Brésil)

	4T16 Total AB InBev	4T16 AB InBev (hors Brésil)	EX16 Total AB InBev	EX16 AB InBev (hors Brésil)
Volumes de nos propres bières	-3,0%	-2,0%	-1,4%	-0,1%
Produits nets	+0,2%	+2,4%	+2,4%	+4,0%
EBITDA	-3,6%	+6,4%	-0,1%	+6,3%

Nos perspectives au Brésil restent positives. Nous sommes présents dans le pays depuis près de 30 ans et comprenons que, sur son parcours de croissance à long terme, il traverse inévitablement des périodes de volatilité. Une évolution démographique favorable, l'élimination des disparités régionales en matière de revenus par habitant et la demande de produits innovants et premium par les consommateurs devraient contribuer à booster la croissance à long terme. De plus, nous pensons qu'il faut saisir les opportunités qui se présentent dans les contextes difficiles. Nous ne cessons jamais de recruter des talents, et l'économie brésilienne permet d'attirer les meilleurs d'entre eux puisque les entreprises ont tendance à moins embaucher. Nous continuons également à investir dans nos marques au Brésil, ce qui traduit notre engagement à long terme.

Si l'année a été difficile pour le Brésil, nous avons connu quelques évolutions positives au niveau mondial. Nous avons enregistré d'excellents résultats sur d'autres marchés clés, dont une croissance à deux chiffres des produits au Mexique, ainsi qu'une progression au niveau de la préférence globale pour nos marques. En Europe, nos produits ont progressé de 4,5 % par rapport à l'EX15, bénéficiant de l'évolution de nos marques premium. Entre-temps, les Etats-Unis ont continué de gagner du terrain et l'EX16 a connu une croissance de l'EBITDA de 2,2 %. Malgré un recul des volumes du secteur de la bière en Chine, nous avons continué à progresser en termes de parts de marché et de rentabilité.

Nous prônons une culture d'ownership et pensons que les mesures d'intéressement des cadres doivent être en accord avec les intérêts des actionnaires. Quand nous n'atteignons pas nos objectifs, nous en assumons la responsabilité. Les résultats de l'EX16 ont été décevants, si bien que la plupart des membres du comité exécutif (Executive Board of Management) ne recevront pas de prime cette année.

Toutefois, notre culture d'ownership nous permet aussi d'avoir une vision à long terme. Si nous n'atteignons pas nos objectifs une année, nous redoublons d'efforts pour tirer les leçons et trouver comment faire mieux. C'est alors que les responsables sont à la hauteur et que notre culture est à son paroxysme. En 2016, nous avons posé des bases solides, et à présent, en 2017, premier exercice complet de notre nouvelle société, nous jetterons un pont entre l'ancienne AB InBev et la société que nous souhaitons devenir. Vu la force de notre équipe, notre capacité d'apprentissage et d'adaptation, et notre long parcours de réussites, nous envisageons l'avenir avec confiance.

Objectif à long terme : la croissance des produits

Notre priorité numéro un est d'assurer une croissance constante et rentable des produits. Nos initiatives s'articulent autour de quatre axes clés, qui nous permettront d'accélérer la croissance, d'investir dans notre avenir et d'offrir de la valeur aux actionnaires.

Développer nos marques mondiales : Exploiter l'image et le positionnement uniques de Budweiser, Stella Artois et Corona pour renforcer les liens avec les consommateurs.

Premiumiser et redynamiser la bière : Créer davantage d'enthousiasme autour de la catégorie bières grâce à notre vaste portefeuille de marques de bières spéciales et premium, soutenu par nos activités de marketing.

Valoriser les principales marques de pils : Renforcer l'attrait de ce segment important auprès de plus de consommateurs et à plus d'occasions, en ciblant en particulier les millénaires via des messages d'incitation différenciés et des activations à grande échelle.

Développer le segment des boissons apparentées à la bière : Améliorer l'expérience des consommateurs en proposant des produits innovants, y compris des bières peu alcoolisées ou sans alcool.

Grâce aux efforts déployés en 2016, nous avons progressé dans ces priorités. Les produits de nos marques mondiales ont enregistré une hausse de 6,5 %. Les produits mondiaux de Budweiser ont progressé de 2,8 %, et la marque bénéficie d'une bonne santé au niveau mondial, particulièrement en Chine, Russie et au Brésil. Stella Artois a bénéficié d'une croissance constante des produits de 6,3 %, et s'est particulièrement bien portée aux Etats-Unis et en Corée du Sud. Corona, quant à elle, a gagné 14,3 % au niveau mondial et a enregistré une croissance à deux chiffres des produits dans 23 pays.

Nous avons également mis au point des solutions innovantes pour nous rapprocher des consommateurs et stimuler la croissance. Nous avons réalisé des activations marketing pour Budweiser et dix autres marques à l'édition 2016 de Tomorrowland, l'un des plus grands festivals de musique électronique au monde. Nous avons organisé dans quatre villes 4 événements multi-sensoriels Stella Artois *Le Savoir*, qui mettaient en avant les liens étroits de la marque avec les aliments. Nous avons également continué à développer notre portefeuille mondial de bières artisanales et nous sommes en train de tirer profit de l'échelle de notre organisation pour présenter ces bières spéciales à un plus grand public.

Ces priorités commerciales sont étayées par la nécessité de stimuler la croissance dans la catégorie bières. Nous voulons donner une nouvelle impulsion à la pils sur les marchés plus matures et sur les marchés en développement ayant de belles perspectives de croissance et de faibles taux de consommation par habitant.

Bâtir un monde meilleur

Notre présence aux quatre coins du monde nous offre l'opportunité d'être une force au service du bien. C'est un autre point commun que nous avons avec nos nouveaux collègues, puisque AB InBev comme SABMiller possédaient déjà de solides plateformes pour accroître la durabilité et aider nos communautés à prospérer.

En octobre, nous avons lancé la mise à jour de notre plateforme Monde Meilleur, qui réunit les points forts des deux entreprises et coordonne nos efforts environnementaux, sociaux et communautaires autour de trois principes clés. Grâce à notre portée, nos ressources et notre dynamisme, nous répondons aux besoins de nos communautés en construisant :

Un monde « en croissance », où chacun a l'opportunité d'améliorer ses moyens d'existence ;

Un monde « plus propre », où les ressources naturelles sont sûres et accessibles à tous ; et

Un monde « plus sain », où chaque expérience 'bière' est positive, pour vivre pleinement.

Nous avons fait d'énormes avancées dans nos innovations clés par rapport à ces objectifs :

- Notre programme *4e* a aidé plus de 20 000 commerçants de six pays à acquérir les compétences nécessaires pour améliorer leur durabilité commerciale et leur qualité de vie ;
- Notre programme *SmartBarley* travaille avec plus de 4 500 producteurs de neuf pays en les aidant à cultiver l'orge de la meilleure qualité offrant le meilleur rendement et au prix le plus bas ;
- La campagne de Stella Artois *Buy a Lady a Drink* organisée en partenariat avec water.org veut remédier à la crise mondiale de l'eau et a permis d'approvisionner en eau propre près de 800 000 personnes de pays en développement ;
- Nous continuons à progresser dans le domaine de nos Objectifs Mondiaux de Consommation Réfléchie, en permettant aux consommateurs de faire des choix réfléchis et de changer les comportements en faisant évoluer les normes sociales.

Développer nos activités de façon responsable

Tandis que nous nous développons au niveau mondial, nous rencontrons à la fois des opportunités et des défis. Nous nous engageons à respecter les normes les plus strictes et à développer nos activités de façon responsable. Nous avons créé une solide équipe compliance au niveau mondial et intégré des objectifs en la matière dans les principaux aspects de nos activités. Grâce à une ligne d'information mondiale, nos collègues peuvent faire part de leurs préoccupations de façon anonyme dans un environnement sécurisé. Nous prenons également des mesures, y compris des solutions technologiques, soutenant une approche proactive en matière de conformité et réduisant les risques sur certains de nos marchés plus difficiles.

Travailler ensemble à un avenir prometteur

En 2017, nous aspirons à étendre nos marques mondiales emblématiques sur des marchés jusqu'ici inexploités et à explorer de nouvelles opportunités de croissance pour notre portefeuille international premium et nos championnes locales.

En tant que brasseur leader, nous prenons très à cœur notre rôle de gardien du secteur. Nos quelque 200 000 collègues répartis dans plus de 50 pays s'inspirent chaque jour de notre plateforme Rêve-Collaborateurs-Culture pour collaborer en vue de susciter l'enthousiasme pour nos bières et de créer de nouvelles occasions de consommation. En nous appuyant sur notre solide héritage, notre passion du brassage et notre présence internationale, nous continuerons également à soutenir les agriculteurs, détaillants, entrepreneurs et communautés.

Avec nos nouveaux collègues, notre ambition reste de bâtir une société qui durera – pas seulement dix ans, mais au moins pendant les 100 prochaines années.

PERSPECTIVES 2017

- (i) **Produits** : Bien que nous constatons une volatilité accrue sur certains de nos marchés clés, nous prévoyons d'accélérer la hausse des produits totaux au cours de l'EX17, stimulée par la solide croissance de nos marques mondiales et des programmes commerciaux efficaces, incluant notamment des initiatives de gestion des revenus.
- (ii) **Coûts des Ventes** : Nous prévoyons une augmentation des CdV par hl d'un chiffre dans le bas de la fourchette sur une base géographique constante, malgré des effets de change défavorables, et une croissance de nos marques premium.
- (iii) **Frais commerciaux, généraux et administratifs** : Nous prévoyons que les frais CGA resteront stables dans l'ensemble puisque nous continuerons d'économiser sur les frais généraux pour investir dans nos marques.
- (iv) **Synergies** : Nous actualisons les synergies et économies de coûts attendues, qui passent de 2,45 milliards d'USD à 2,8 milliards d'USD sur une base monétaire constante à partir d'août 2016. Sur ce total, 547 millions d'USD ont été rapportés par SABMiller au 31 mars 2016, et 282 millions d'USD ont été générés entre le 1^{er} avril 2016 et le 31 décembre 2016. Le solde d'environ 2,0 milliards d'USD devrait être réalisé au cours des trois à quatre prochaines années.
- (v) **Coûts financiers nets** : Nous prévoyons que pour l'EX17, le taux d'intérêt moyen sur la dette nette se situera entre 3,5 % et 4,0 %. Les charges nettes d'intérêts liées aux retraites et les charges de désactualisation devraient avoisiner respectivement 30 et 150 millions d'USD par trimestre. Les autres résultats financiers continueront de subir l'impact des gains et pertes éventuels liés à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions.
- (vi) **Taux d'imposition effectif** : Nous prévoyons que le TIE normalisé de l'EX17 se situera entre 24 % et 26 %, en excluant les gains ou pertes éventuels sur la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions. Cette indication tient compte de l'impact du changement du mix de bénéfices pays suite au rapprochement avec SABMiller et des conséquences fiscales attendues du financement du rapprochement.
- (vii) **Dépenses nettes d'investissement** : Nous prévoyons des dépenses nettes d'investissement d'environ 3,7 milliards d'USD pour l'EX17.
- (viii) **Endettement** : Près d'un tiers de la dette brute d'AB InBev est exprimé en devises autres que le dollar américain, principalement en euros. Notre structure de capital optimale demeure un ratio endettement net / EBITDA aux alentours de 2x.
- (ix) **Dividendes** : Nous maintenons une prévision à la hausse des dividendes au fil du temps, mais cette croissance devrait toutefois être modeste compte tenu de l'importance du désendettement.

RAPPORT D'ACTIVITÉS

Aux **États-Unis**, nous estimons que les VAD du secteur corrigées des jours de vente ont diminué de 1,0 % durant l'EX16, et qu'elles ont reculé de 1,6 % au 4T16. Les VAD de nos propres produits ont reculé de 2,0 % au cours de l'EX16 et de 2,7 % au 4T16. Nos VAG ont diminué de 1,7 % durant l'EX16 et de 3,6 % pendant le trimestre. Nous estimons que notre part de marché totale, basée sur les VAD, a perdu environ 50 points de base au cours de l'EX16 et pendant le trimestre, soit une amélioration de la tendance de 15 points de base par rapport à l'EX15.

Au 4T16 et durant l'EX16, les VAD de Bud Light ont chuté d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette et nous estimons que la part de marché totale de la marque a diminué de 50 points de base, avec une perte de part de marché dans le segment premium light. Bien que la performance de Bud Light n'atteigne pas encore le niveau de nos attentes, nous sommes encouragés par les résultats positifs enregistrés dans la majorité des États, où les tendances de part de marché de Bud Light s'améliorent. Des difficultés subsistent toutefois dans quelques grands États importants. Au cours de l'EX17, nous prévoyons une amélioration de la performance de part de marché de la marque grâce à la campagne « Famous Among Friends » lancée récemment et à une concentration accrue sur les activations autour de la musique, le sport et la NFL.

Budweiser a continué de renforcer son image de marque caractéristique en poursuivant la campagne « Brewed the Hard Way ». Les VAD de la marque ont diminué d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette pendant le trimestre et l'exercice, avec une perte de part de marché estimée de 30 points de base au 4T16 et de 25 points de base durant l'EX16. Durant l'EX17, la marque continuera de bâtir sur les succès importants, comme l'emballage « America » et la victoire des Cubs aux World Series, tout en mettant en valeur l'histoire du fondateur de Budweiser, Adolphus Busch, qui est sortie le mois dernier et qui a été la publicité la plus regardée de la 51^{ème} édition du Super Bowl.

Notre portefeuille de marques Above Premium a continué d'enregistrer de bons résultats pendant l'EX16, avec des VAD en hausse d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, donnant lieu à un gain d'environ 45 points de base de part de marché totale, selon nos estimations. Les plus fortes performances ont été réalisées par Michelob Ultra et Stella Artois. En termes d'excellentes performances de marque de bière, Michelob Ultra reste la marque affichant le plus important gain de part de marché aux États-Unis, pour le septième trimestre consécutif, alors que Stella Artois se classe toujours dans le Top 5. Goose Island et nos partenaires artisanaux locaux ont également gagné de la part de marché avec des hausses combinées à deux chiffres des VAD pendant l'année.

Les produits de l'exercice ont été stables, la baisse des volumes ayant été compensée par la hausse des produits par hl, sous l'impulsion d'initiatives de gestion des revenus et d'un portefeuille de marques favorable. Notre activité aux États-Unis a réalisé une solide performance financière, augmentant sa marge bénéficiaire brute de 220 points de base, et affiche ainsi sa septième année consécutive de croissance de marge. L'EBITDA a augmenté de 2,2 % à 5 554 millions d'USD, avec un accroissement de la marge de 84 points de base à 40,1 %.

Nos activités au **Mexique** ont de nouveau enregistré de solides résultats cette année, avec une forte croissance des volumes résultant des investissements accrus dans nos principales marques et du développement continu au Nord, ainsi que d'un environnement macroéconomique favorable. Bud Light et Victoria ont réalisé des performances particulièrement fortes, soutenues par des activations de marque réussies. Selon nos estimations, nous avons gagné environ 20 points de base de part du marché de la bière durant l'EX16.

La croissance de 2,2 % des produits par hl au cours de l'EX16 (1,7 % au 4T16) a été essentiellement stimulée par des initiatives de gestion des revenus et par le mix d'emballage. L'EBITDA du Mexique a

augmenté de 6,5 % cette année (8,4 % au 4T16), sous l'impulsion du solide résultat en termes de produits, partiellement atténué par des investissements supplémentaires dans nos marques et des couvertures de taux de change défavorables affectant les coûts des ventes. Notre marge EBITDA de l'exercice a chuté de 213 points de base.

Au **Brésil**, les résultats financiers de l'EX16 ont été très faibles, le 4T16 ayant été un nouveau trimestre difficile. La performance en termes de volumes est restée sous pression en raison d'un environnement consommateur difficile, avec des revenus disponibles réels en baisse et le taux de chômage croissant qui a atteint son plus haut niveau depuis 1995. Les produits par hl ont augmenté de manière séquentielle de 17 % entre le 3^{ème} et le 4^{ème} trimestre, mais ont diminué de 4,5 % par rapport à l'année précédente, en raison d'une comparaison difficile et de la croissance des bouteilles en verre consignées qui a permis de meilleures marges malgré une baisse des produits nets par hl. La baisse de l'EBITDA de 19,9 % durant l'EX16 (33,2 % au 4T16) est due à la faible performance des produits et a été accentuée par l'impact transactionnel des taux de change défavorables sur les coûts des ventes. Nous nous attendons à ce que les effets négatifs de taux de change transactionnels persistent tout au long du premier semestre de l'EX17.

Nous estimons que les volumes du secteur de la bière ont diminué d'environ 5,3 % au cours de l'EX16, et que notre part de marché a perdu 120 points de base à 66,3 %, d'après les données Nielsen. Malgré la faiblesse du secteur et la performance décevante, nous restons concentrés sur le développement de notre entreprise à long terme et l'utilisation de notre position de leader pour garantir que la catégorie bière reste en bonne santé. Nos priorités commerciales majeures consistent à améliorer la perception et la santé de nos grandes marques, accélérer la croissance de notre portefeuille de marques premium et de boissons apparentées à la bière, façonner les tendances de consommation à domicile en augmentant l'importance des emballages en verre consignés dans l'off-trade, et développer les occasions de consommation hors domicile en exploitant des atouts marketing existants et nouveaux.

Dans le cadre de notre stratégie de gestion des revenus, nous utilisons l'ensemble de notre portefeuille d'emballages et de marques pour proposer aux consommateurs des niveaux de prix attrayants et plus compétitifs dans ce contexte difficile. Ceci comprend le développement de notre mix de bouteilles en verre consignées (BVC), en particulier dans les supermarchés, où ce format représente aujourd'hui plus de 25 % de notre volume. A court terme, cette stratégie offre aux consommateurs des niveaux de prix plus abordables, et à long terme, elle construit un avantage concurrentiel économiquement viable. Malgré l'impact négatif des BVC sur les produits nets par hl, elles influencent positivement tant l'EBITDA que la marge. Notre stratégie générale reste d'augmenter nos prix en suivant l'inflation, et de répercuter progressivement les hausses d'impôts.

En **Chine**, nous continuons de voir la faiblesse du secteur, les volumes totaux du secteur estimés reculant d'environ 3,8 % durant l'EX16, alors que nos volumes n'ont diminué que de 1,2 %. Ceci a donné lieu à un gain de part de marché d'environ 45 points de base grâce à notre stratégie de poursuivre une croissance à long terme dans les segments core plus, premium et super premium les plus rentables en raison du nombre croissant de ménages consommateurs de classe moyenne urbaine et de classe aisée. Les volumes combinés de nos marques core plus, premium et super premium représentent aujourd'hui plus de 55 % de nos volumes totaux en Chine.

Les produits par hl ont augmenté de 2,5 % durant l'EX16 grâce à la croissance de nos portefeuilles premium et super premium, des segments qui ont entre 5 et 9 fois la rentabilité des segments core et bon marché où que l'on soit, et grâce à l'amélioration du mix régional. La hausse de l'EBITDA de 6,6 % pendant l'année a été favorisée par la croissance des produits combinée à des prix de produits de base favorables. Toutefois, la diminution de notre EBITDA du 4T16 par rapport à l'année précédente s'explique par les modèles de stockage pour le Nouvel an chinois et les mesures d'incitation gouvernementales qui ne sont pas comparables à celles de l'année précédente.

En **Colombie**, nos volumes de bière ont diminué de 3,2 % au 4T16, l'entreprise ayant connu des comparaisons difficiles avec l'année précédente. Les produits par hl ont bénéficié d'initiatives de gestion des revenus et d'un portefeuille de marques favorable, grâce essentiellement à une croissance à deux chiffres de la famille de marque premium Club Colombia. La marge EBITDA a diminué en raison de l'impact négatif des taux de change sur nos produits de base importés, du portefeuille d'emballage défavorable et du calendrier de certains investissements de marketing. Nous estimons qu'au 4T16, la catégorie bières a gagné 100 points de base supplémentaires de part de consommation d'alcool.

En **Afrique du Sud**, nos volumes de bières ont diminué de 5 % au quatrième trimestre en raison de conditions macroéconomiques faibles et une hausse de prix importante suite à des tendances négatives des taux de change et du prix des produits de base, ce qui a également entraîné une baisse de l'EBITDA. Nos marques premium Castle Lite et Flying Fish ont toutefois enregistré une solide croissance des volumes.

Faits marquants sur nos autres marchés

Au **Canada**, la part de marché a légèrement augmenté durant le quatrième trimestre, malgré la faiblesse du secteur, essentiellement en raison du succès de nos marques mondiales ainsi que de Bud Light, qui a été la marque à la croissance la plus rapide dans le pays. Nous avons également constaté que les activités que nous avons récemment acquises ont enregistré de solides résultats continus, avec une croissance des volumes dans le portefeuille de marques artisanales et de marques de boissons apparentées à la bière. Nous continuons de compenser notre performance de part de marché par une croissance des produits par hl sur un marché compétitif, avec une hausse d'un chiffre dans le bas de la fourchette sur une base annuelle.

Au **Pérou**, les produits sont restés essentiellement stables au 4T16. Nous avons constaté une croissance constante de notre part du marché de l'alcool et de nos initiatives de premiumisation. En **Equateur**, les produits ont enregistré une baisse à deux chiffres due au déclin des volumes, lesquels restent sous pression après un recul exacerbé par un séisme en avril 2016 ainsi que par des hausses d'impôt consécutives entraînant des ajustements de prix.

Les volumes totaux de l'**Amérique latine Sud** ont diminué de 2 % au 4T16 et de 5,6 % au cours de l'EX16 en raison d'un recul de la consommation en Argentine suite à des réformes structurelles mises en œuvre dans le pays et à une inflation élevée, qui est le principal moteur de nos hausses de produits à deux chiffres. Notre marge EBITDA a progressé de plus de 200 points de base pendant le trimestre et durant l'année suite à nos initiatives de gestion des coûts.

Dans la région EMEA, le **Nigéria** continue d'enregistrer une croissance des volumes à deux chiffres grâce à une capacité accrue et à une meilleure pénétration du marché. Au 4T16, la **Tanzanie** affichait une baisse de volumes totaux d'un chiffre dans le bas de la fourchette en raison de la pression exercée sur les revenus disponibles des consommateurs et de comparaisons difficiles. Au **Mozambique**, les volumes totaux ont progressé d'un chiffre dans le bas de la fourchette au 4T16 grâce à une amélioration de notre part de marché, malgré une situation macroéconomique difficile. En **Zambie**, un ralentissement économique et une baisse des revenus disponibles des consommateurs ont entraîné une chute de volumes à deux chiffres au 4T16, malgré des améliorations de notre part de marché. En **Europe de l'Ouest**, les volumes totaux ont cette année progressé d'un chiffre dans le bas de la fourchette, grâce à des gains de part de marché sur la majeure partie de nos marchés, alors qu'en **Europe de l'Est**, les volumes totaux ont chuté d'un chiffre dans le haut de la fourchette durant l'EX16 en raison de la faiblesse du secteur et d'une perte de part de marché, suite à des augmentations de prix appliquées essentiellement sur des marques du segment bon marché en Russie. Les produits totaux européens ont augmenté d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette grâce à la premiumisation, principalement par la croissance constante de notre portefeuille de marques mondiales.

En **Australie**, nous avons racheté les droits de distribution de Budweiser, Stella Artois, Corona et d'autres marques premium dans le cadre du rapprochement avec SABMiller. Suite au rapprochement, nous sommes devenus le leader du marché au niveau national, Corona étant la plus grande marque premium importée. Malgré un faible 4T16, nous avons gagné de la part de marché dans le pays durant l'EX16.

COMPTE DE RESULTATS CONSOLIDE

Tableau 4. Compte de résultats consolidé (millions d'USD)

	EX15 Rapporté	EX15 Base de référence	EX16	Croissance interne
Produits	43 604	46 928	45 517	2,4%
Coûts des ventes	-17 137	-18 344	-17 803	-1,8%
Marge brute	26 467	28 584	27 715	2,8%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-13 732	-14 776	-15 171	-7,3%
Autres produits/(charges) d'exploitation	1 032	1 074	732	-13,9%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents	13 768	14 882	13 276	-2,9%
Eléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	136		- 394	
Produits/(coûts) financiers nets	-1 239		-5 208	
Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents	- 214		-3 356	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	10		16	
Impôts sur le résultat	-2 594		-1 613	
Bénéfice des activités poursuivies	9 867		2 721	
Bénéfice des activités abandonnées	-		48	
Bénéfice	9 867		2 769	
Bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires	1 594		1 528	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	8 273		1 241	
EBITDA normalisé	16 839	18 145	16 753	-0,1%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	8 513		4 853	

	4T15 Rapporté	4T15 Base de référence	4T16	Croissance interne
Produits	10 723	14 047	14 202	0,2%
Coûts des ventes	-4 031	-5 238	-5 407	-0,7%
Marge brute	6 692	8 809	8 795	-
Frais de distribution	-3 474	-4 518	-4 811	-3,3%
Autres produits/(charges) d'exploitation	320	362	163	-51,7%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents	3 539	4 653	4 148	-7,0%
Eléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	59		-117	
Produits/(coûts) financiers nets	34		-2 037	
Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents	- 222		- 510	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	-2		10	
Impôts sur le résultat	- 674		- 553	
Bénéfice des activités poursuivies	2 734		941	
Bénéfice des activités abandonnées	-		48	
Bénéfice	2 734		989	
Bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires	447		589	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 287		400	
EBITDA normalisé	4 313	5 619	5 248	-3,6%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 561		919	

Produits

Les produits consolidés ont augmenté de 2,4 % au cours de l'EX16, avec une croissance des produits par hl de 4,5 %. Ce résultat a été favorisé par nos initiatives de gestion des revenus et notre portefeuille de marques, puisque nous continuons de mettre en œuvre nos stratégies de premiumisation. Sur une base géographique constante, les produits par hl affichent une hausse de 4,1 %. Au 4T16, les produits ont enregistré une hausse de 0,2 %, avec une croissance des produits par hl de 3,9 %. Sur une base géographique constante, les produits par hl ont augmenté de 3,1 %.

Coûts des Ventes (CdV)

Au cours de l'EX16, les CdV totaux ont augmenté de 1,8 % et de 4,6 % par hl. Cette hausse est due principalement à des effets de change transactionnels défavorables et au portefeuille de produits. Sur une base géographique constante, les CdV par hl ont augmenté de 4,4 % au cours de l'EX16. Au 4T16, les CdV ont augmenté de 0,7 %, avec une hausse des CdV par hl de 5,2 % et de 5,3 % sur une base géographique constante.

Frais commerciaux, généraux et administratifs

Les frais commerciaux, généraux et administratifs ont augmenté de 7,3 % au cours de l'EX16, en raison du soutien accru de la croissance à long terme de nos marques, innovations et activations commerciales. La hausse des investissements comprend le soutien de la croissance de nos marques mondiales et de nos initiatives de premiumisation. Au 4T16, les frais commerciaux, généraux et administratifs ont augmenté de 3,3 %.

Autres revenus d'exploitation

Les autres revenus d'exploitation ont diminué de 13,9 % durant l'EX16, et de 51,7 % au 4T16, en raison d'une baisse des subventions de l'état en Chine et au Brésil.

Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT

Tableau 5. Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT (millions d'USD)

	4T15	4T16	EX15	EX16
Restructuration	-80	-231	-171	-323
Règlement judiciaire	-	-	-80	-
Cession d'activités et vente d'actifs (pertes de valeur incluses)	-51	-265	-55	-448
Coûts des acquisitions encourus dans le cadre des regroupements d'entreprises	190	379	442	377
Impact sur le résultat d'exploitation	59	-117	136	-394

Le bénéfice d'exploitation normalisé ne comprend pas les éléments négatifs non-récurrents de 394 millions d'USD de l'EX16, principalement dus aux coûts d'acquisition relatifs au rapprochement avec SABMiller, ainsi qu'aux coûts de restructuration, partiellement compensés par des gains provenant de la vente d'une brasserie au Mexique.

Revenus/(coûts) financiers nets

Tableau 6. Produits/(coûts) financiers nets (millions d'USD)

	4T15	4T16	EX15	EX16
Charges nettes d'intérêts	-368	-1091	-1 466	-3 519
Charges d'intérêts nettes liées aux pensions	-29	-30	-118	-113
Charges de désactualisation	-83	-242	-326	-648
Autres résultats financiers	514	-674	671	-928
Produits/(coûts) financiers nets	34	-2 037	-1 239	-5 208

Les **coûts financiers nets** (hors coûts financiers nets non-récurrents) s'élèvent à 5 208 millions d'USD pour l'EX16, par rapport à 1 239 millions d'USD pour l'EX15. Cette augmentation s'explique principalement par les charges nettes d'intérêt supplémentaires résultant des émissions d'obligations au 1T16, liées au financement du rapprochement avec SABMiller. Les autres résultats financiers comprennent pour l'EX16 un ajustement à la valeur de marché négatif de 384 millions d'USD lié à la

couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions, par rapport à un gain de 844 millions d'USD pour l'EX15.

Les coûts financiers nets du 4T16 comprennent un ajustement à la valeur de marché négatif de 633 millions d'USD lié à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions, par rapport à un ajustement à la valeur de marché positif de 811 millions d'USD au 4T15.

Le nombre d'actions incluses dans la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions ainsi que les cours d'ouverture et de clôture des actions sont présentés au tableau 7 ci-dessous.

Tableau 7. Couverture des paiements fondés sur des actions

	4T15	4T16	EX15	EX16
Prix de l'action au début du trimestre (euro)	94,92	116,60	93,86	114,40
Prix de l'action à la fin du trimestre (euro)	114,40	100,55	114,40	100,55
Nombre d'instruments de fonds propres (millions)	35,5	53,5	35,5	53,5

Revenus/(coûts) financiers nets non-récurrents

Tableau 8. Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents (millions d'USD)

	4T15	4T16	EX15	EX16
Ajustement à la valeur de marché (instrument d'actions différées lié au regroupement avec Grupo Modelo)	503	-428	511	-304
Ajustement à la valeur de marché (partie de la couverture du risque de change du prix d'achat du rapprochement avec SABMiller qui n'est pas qualifiée pour la comptabilité de couverture)	- 688	266	- 688	-2 693
Autres ajustements à la valeur de marché (actions restreintes et obligations libellées en Euros)	- 18	- 237	- 18	39
Autres	-19	-111	-19	-398
Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents	-222	- 510	-214	-3 356

Les **coûts financiers nets non-récurrents** sont de 3 356 millions d'USD pour l'EX16, alors qu'ils s'élevaient à 214 millions d'USD pour l'EX15. Les coûts financiers nets non-récurrents de l'EX16 comprennent un ajustement à la valeur de marché négatif de 2 693 millions d'USD se rapportant à la partie de la couverture du risque de change du prix d'achat du rapprochement avec SABMiller qui n'est pas qualifiée pour la comptabilité de couverture en vertu des règles IFRS.

Le résultat de l'EX16 tient compte également de pertes évaluées à la valeur de marché résultant des instruments dérivés conclus pour couvrir le système d'action différé émis lors d'une opération liée au rapprochement avec Grupo Modelo, et des instruments dérivés conclus pour couvrir une partie des actions restreintes émises dans le cadre du rapprochement avec SABMiller. Le nombre d'actions incluses dans la couverture du système d'action différé et les actions restreintes ainsi que les cours d'ouverture et de clôture des actions sont fournis au tableau 9.

Tableau 9. Couverture de l'instrument d'actions différées et des actions restreintes à émettre

	4T15	4T16	EX15	EX16
Prix de l'action au début du trimestre (Euro)	94,92	116,60	93,86	114,40
Prix de l'action à la fin du trimestre (Euro)	114,40	100,55	114,40	100,55
Nombre d'instruments d'action différée à la fin du trimestre (millions)	23,1	38,1	23,1	38,1

Les autres coûts financiers nets non-récurrents de 398 millions d'USD de l'EX16 se rapportent essentiellement aux commissions d'engagement relatives aux *Committed Senior Acquisition Facilities* de 2015, ainsi qu'aux coûts liés au rachat anticipé des obligations de SABMiller.

Impôt sur le résultat

Tableau 10. Impôts sur le résultat (millions d'USD)

	4T15	4T16	EX15	EX16
Charges d'impôts	674	553	2 594	1 613
Taux d'impôts effectif	19,8%	37,3%	20,8%	37,4%
Taux d'impôt effectif normalisé	15,6%	28,6%	19,1%	20,9%

L'impôt sur le résultat au 4T16 s'élève à 553 millions d'USD, avec un taux d'imposition effectif (TIE) normalisé de 28,6 %, alors qu'il était de 674 millions d'USD au 4T15, avec un TIE normalisé de 15,6 %. La hausse du TIE normalisé s'explique essentiellement par des pertes liées à des ajustements à la valeur de marché, liées à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions et par un changement dans le mix de bénéfices pays suite au rapprochement avec SABMiller.

La hausse du TIE rapporté de 20,8 % durant l'EX15 à 37,4 % durant l'EX16, est principalement due à l'impact défavorable sur le bénéfice avant impôts des ajustements à la valeur de marché négatifs liés à la couverture du prix d'achat du rapprochement avec SABMiller.

Bénéfice normalisé et bénéfice

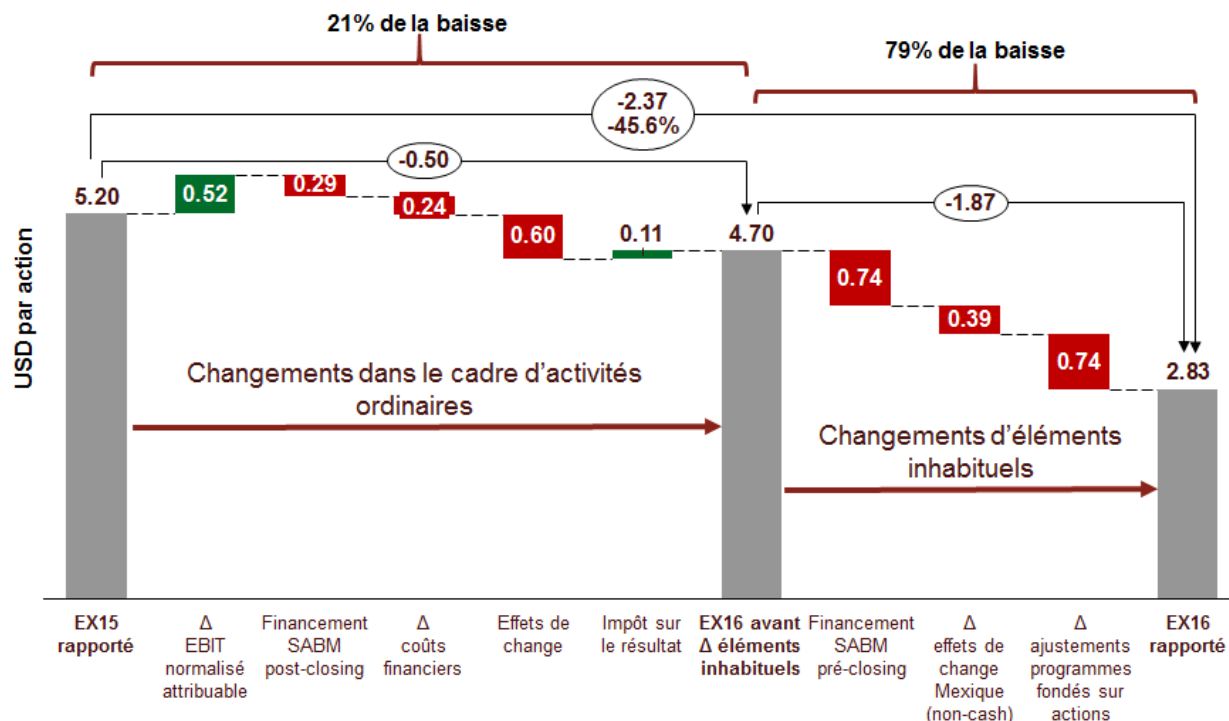
Tableau 11. Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev (millions d'USD)

	4T15	4T16	EX15	EX16
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 287	400	8 273	1 241
Eléments non-récurrents, après impôts, attribuables aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	51	57	26	304
(Produits)/coûts financiers nets non-récurrents, après impôts, attribuables aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	222	510	214	3 356
Résultat des activités abandonnées	-	- 48	-	- 48
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 561	919	8 513	4 853

Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev est passé de 2 561 millions d'USD au 4T15 à 919 millions d'USD au 4T16, principalement en raison de la baisse interne de l'EBITDA, d'une hausse des résultats financiers nets et d'effets de change défavorables, partiellement compensés par une diminution de l'impôt sur le résultat. Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev est de 4 853 millions d'USD pour l'EX16, alors qu'il s'élevait à 8 513 millions d'USD pour l'EX15.

BPA normalisé et de base

Tableau 12. Bénéfice Normalisé par action



Le tableau 12 détaille les variations du BPA normalisé entre l'EX15 et l'EX16.

Le BPA normalisé a diminué de 5,20 USD par action pour l'EX15 à 2,83 USD par action pour l'EX16, 1,87 USD par action, ou 79 % de la variation d'une année à l'autre résultent de changements inhabituels. 0,74 USD par action sont relatifs au financement du rapprochement avec SABMiller avant la finalisation du rapprochement et la consolidation complète dans les résultats du groupe. 0,39 USD par action proviennent d'un gain sur effets de change transactionnels sur des dollars américains détenus au Mexique durant l'EX15, qui ne se sont plus produit durant l'EX16 et 0,74 USD par action résultent de la variation d'une année à l'autre sur les ajustements non-monnaïres à la juste valeur liés aux paiements de nos programmes fondés sur des actions.

Les changements d'une année à l'autre dans le cadre des activités ordinaires incluent les résultats de SABMiller depuis la finalisation du rapprochement et les coûts de financement post-closing du rapprochement. L'impact net négatif sur notre BPA normalisé de 0,50 USD par action dans le cadre des activités ordinaires est principalement dû à une évolution défavorable des effets de change de 0,60 USD par action.

Le tableau 13 fournit les composantes clés de notre BPA normalisé pour l'EX16 et le 4T16 ainsi que pour l'exercice précédent.

Tableau 13. Composantes clés du Bénéfice Normalisé par action en USD

	4Q15	4Q16	EX15	EX16
EBIT normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev ¹	1,70	2,25	7,00	7,52
Financement du rapprochement avec SABMiller post-closing		-0,29		-0,29
Autres coûts financiers nets ¹	-0,46	-0,52	-1,56	-1,80
Effets de change et autres		-0,26		-0,60
Impôt sur le résultat ¹	-0,23	-0,40	-1,19	-1,08
Pré-financement du rapprochement avec SABMiller pre-closing				-0,74
Gains de change sur soldes de trésorerie au Mexique (éléments non monétaires)	0,05	0,02	0,43	0,04
Ajustements à la valeur de marché (couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions)	0,50	-0,37	0,52	-0,22
Bénéfice normalisé par action	1,56	0,43	5,20	2,83

¹au taux de change de 2015

Tableau 14. Bénéfice par action (USD)

	4T15	4T16	EX15	EX16
Bénéfice de base par action	1,40	0,21	5,05	0,72
Éléments non-récurrents, après impôts, attribuables aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev, par action	0,03	0,02	0,02	0,18
(Produits)/coûts financiers nets non-récurrents, après impôts, attribuables aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev, par action	0,13	0,23	0,13	1,96
Résultat des activités abandonnées	-	-0,03	-	-0,03
Bénéfice normalisé par action	1,56	0,43	5,20	2,83

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

Tableau 15. Reconciliation de l'EBITDA normalisé et bénéfice attribuables aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev (millions d'USD)

	4T15 Rapporté	4T16	EX15 Rapporté	EX16
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 287	400	8 273	1 241
Intérêts minoritaires	447	589	1 594	1 528
Bénéfice	2 734	989	9 867	2 769
Bénéfice des activités abandonnées	-	- 48	-	- 48
Bénéfice des activités poursuivies	2 734	941	9 867	2 721
Impôts sur le résultat	674	553	2 594	1 613
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	2	- 10	- 10	- 16
(Produits)/coûts financiers nets	- 34	2 037	1 239	5 208
(Produits)/coûts financiers nets non-récurrents	222	510	214	3 356
Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT (dépréciations-non récurrentes incluses)	- 59	117	- 136	394
EBIT Normalisé	3 539	4 148	13 768	13 276
Amortissements et dépréciations	774	1 100	3 071	3 477
EBITDA Normalisé	4 313	5 248	16 839	16 753

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

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

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

SITUATION FINANCIERE

Tableau 16. Tableau des flux de trésorerie consolidé (millions d'USD)

	EX15	EX16
Activités opérationnelles		
Bénéfice	9 867	2 769
Intérêts, impôts et éléments non-cash inclus dans le bénéfice	6 859	13 572
Flux de trésorerie d'exploitation avant les changements du fonds de roulement et de l'utilisation des provisions	16 726	16 341
Changement du fonds de roulement	1 786	173
Contributions aux plans et utilisation des provisions	- 449	- 470
Intérêts et impôts (payés)/reçus	-3 964	-5 977
Dividendes reçus	22	43
Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles	14 121	10 110
Activités d'investissement		
Dépenses d'investissement nettes	-4 337	-4 768
Rapprochement avec SABMiller, sous déduction de la trésorerie acquise	-	-65 166
Produits des cessions dans le cadre du rapprochement avec SABMiller	-	16 342
Acquisition et cession de filiales, sous déduction de la trésorerie acquise/cédée	- 918	- 792
Produits nets de cessions d'obligations à court terme	169	-5 583
Produits nets de cessions d'actifs détenus en vue de la vente	397	146
Autre	- 241	- 256
Flux de trésorerie provenant d'activités d'investissement	-4 930	-60 077
Activités de financement		
Dividendes payés	-7 966	-8 450
(Remboursement)/émissions d'emprunts	457	62 675
Emissions d'actions de capital	5	-
Acquisition d'actions trésorerie	-1 000	-
Autre (incluant charges financières nettes autres qu'intérêts)	- 777	-3 494
Flux de trésorerie provenant des activités de financement	-9 281	50 731
Augmentation/(diminution) de la trésorerie et équivalents de trésorerie	- 90	764

Le flux de trésorerie provenant des activités d'exploitation d'AB InBev est passé de 14 121 millions d'USD durant l'EX15 à 10 110 millions d'USD durant l'EX16. Cette baisse est essentiellement due à des effets de change défavorables, à une hausse des impôts et intérêts versés et à une comparaison de fonds de roulement difficile résultant d'une baisse des dettes commerciales suite à une diminution des volumes de production au Brésil.

La trésorerie nette utilisée dans les activités d'investissement est passée de 4 930 millions d'USD au cours de l'EX15 à 60 077 millions d'USD durant l'EX16. Le flux de trésorerie résultant des activités d'investissement a subi essentiellement l'impact du paiement lié au rapprochement avec SABMiller, net de la trésorerie acquise et des produits des ventes annoncées de 16,3 milliards d'USD.

Les dépenses d'investissement nettes d'AB InBev s'élèvent à 4 768 millions d'USD pour l'EX16 et à 4 337 millions d'USD pour l'EX15. Environ 50 % des dépenses d'investissements totales de l'EX16 ont été utilisés pour améliorer les équipements de production de la société, environ 34 % ont été consacrés à des investissements logistiques et commerciaux et environ 16 % ont servi à l'amélioration des capacités administratives et à l'acquisition de matériel informatique et de logiciels.

Le flux de trésorerie entrant provenant d'activités de financement d'AB InBev s'élève à 50 731 millions d'USD pour l'EX16, par rapport à un flux de trésorerie sortant de 9 281 millions d'USD pour l'EX15. Le flux de trésorerie entrant provenant d'activités de financement de l'EX16 reflète le financement du rapprochement avec SABMiller.

L'endettement net d'AB InBev s'élevait à 108,0 milliards d'USD au 31 décembre 2016, soit une hausse par rapport aux 42,2 milliards d'USD affichés au 31 décembre 2015.

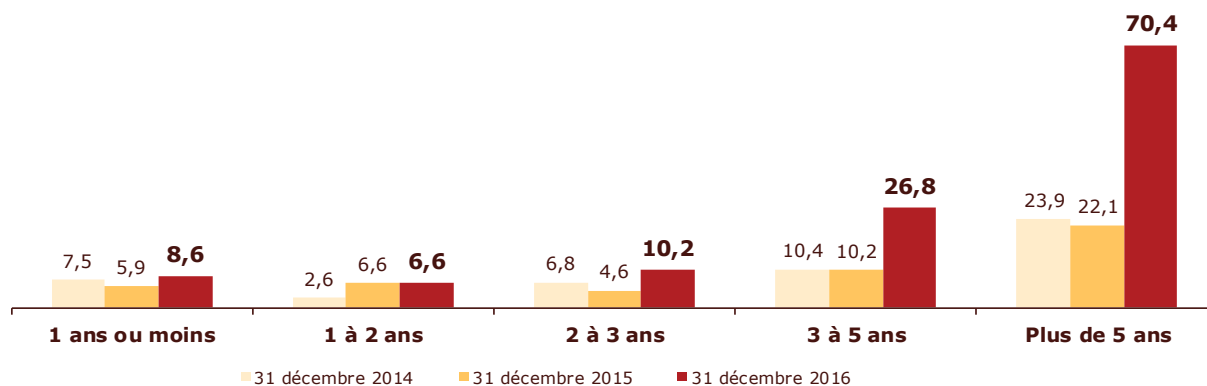
Le ratio endettement net / EBITDA normalisé a augmenté de 2,5x pour la période de 12 mois se terminant le 31 décembre 2015, sur une base rapportée, à 5,5x pour la période de 12 mois se terminant le 31 décembre 2016, sur une base modifiée, intégrant la base de référence de l'EBITDA du groupe combiné pour les 9M16 et les résultats de l'EBITDA pour le 4T16. Le calcul du ratio endettement net / EBITDA ne comprend aucun EBITDA d'activités d'Europe centrale et de l'Est ni la participation dans Distell. Les résultats de CCBA sont inclus à partir de juillet 2016 et continueront d'être rapportés tant qu'AB InBev détiendra sa participation dans CCBA.

EBITDA normalisé des 9M16 (Base de référence)	14 385 millions d'USD
<u>EBITDA normalisé du 4T16</u>	<u>5 248 millions d'USD</u>
EBITDA normalisé de l'EX16	19 633 millions d'USD

Dans le cadre du rapprochement avec SABMiller, AB InBev a conclu une convention de *Committed Senior Facilities* de 75,0 milliards d'USD en date du 28 octobre 2015 (la « 2015 Senior Facilities Agreement »). Le nouveau financement comprend une *Disposal Bridge Facility* de 10,0 milliards d'USD, une *Cash/Debt Capital Market (DCM) Bridge Facility A* de 15,0 milliards d'USD, une *Cash/DCM Bridge Facility B* de 15,0 milliards d'USD, une *Term Facility A* de 25,0 milliards d'USD et une *Term Facility B* de 10,0 milliards d'USD. Le 27 janvier 2016, AB InBev a annoncé avoir annulé 42,5 milliards d'USD des *Committed Senior Acquisition Facilities* de 75,0 milliards d'USD suite aux émissions d'environ 47 milliards d'USD sur les marchés de capitaux en janvier 2016. Le 4 avril 2016, AB InBev a annoncé avoir annulé volontairement 12,5 milliards d'USD supplémentaires suite aux émissions sur le marché des capitaux d'emprunt en mars 2016 conformément à son programme EOMT. Le 6 octobre 2016, la société a retiré 8,0 milliards d'USD dans le cadre de la *Term Facility B* et 10,0 milliards d'USD dans le cadre de la *Disposal Bridge Facility* pour financer le rapprochement avec SABMiller, et a annoncé avoir choisi d'annuler délibérément 2,0 milliards d'USD supplémentaires de la *Term Facility B*. Le 20 octobre 2016, la société a entièrement remboursé et annulé la *Disposal Bridge Facility*. En date du 2 mars 2017, la société a encore un solde ouvert de 8,0 milliards d'USD dans le cadre de la *2015 Senior Facilities Agreement*.

Au 31 décembre 2016, les liquidités totales de la société s'élevaient à 23 054 millions d'USD, dont 9 milliards d'USD sous la forme de lignes de crédit accordées à long terme et 14 054 millions d'USD de trésorerie, d'équivalents de trésorerie et de placements à court terme dans des titres d'emprunt, moins les découverts bancaires. Bien que la société puisse emprunter de tels montants pour combler ses besoins en liquidité, elle compte essentiellement sur les flux de trésorerie provenant d'activités opérationnelles pour financer ses activités permanentes.

Tableau 17. Echancier de remboursement des dettes au 31 décembre 2016 (milliards d'usd)



SOLDE DE DIVIDENDE PROPOSE

Calendrier des dividendes

	Date ex-coupon	Date	Date de paiement
Euronext: ABI	02 Mai 2017	03 mai 2017	04 mai 2017
MEXBOL: ABI	02 Mai 2017	03 mai 2017	04 mai 2017
JSE: ANB	03 mai 2017	05 mai 2017	08 mai 2017
NYSE: BUD (programme ADR)	01 mai 2017	03 mai 2017	25 mai 2017
Actions restreintes	02 mai 2017	03 mai 2017	04 mai 2017

Le Conseil d'administration d'AB InBev propose un solde de dividende de 2,00 EUR par action, sous réserve de l'approbation des actionnaires à l'AGA prévue le 26 avril 2017. Combiné à l'acompte sur dividende de 1,60 EUR par action versé en novembre 2016, le dividende total pour l'EX16 atteindrait 3,60 EUR par action.

NOTES

Les chiffres rapportés des 4T16 et 4T15 ainsi que de l'EX16 et de l'EX15 d'AB InBev sont basés sur les états financiers consolidés audités, préparés conformément aux normes IFRS. Sauf indication contraire, les montants sont exprimés en million d'USD.

Afin de faciliter la compréhension de la performance sous-jacente d'AB InBev, les analyses relatives à la croissance, y compris tous les commentaires contenus dans le présent communiqué de presse, sauf indication contraire, sont basées sur des chiffres de croissance interne et des chiffres normalisés. En d'autres termes, les chiffres financiers sont analysés de manière à éliminer l'impact des écarts de conversion des activités à l'étranger et des changements dans le périmètre. Les changements dans le périmètre représentent l'impact des acquisitions et cessions, le lancement ou l'arrêt d'activités ou le transfert d'activités entre segments, les pertes et profits enregistrés au titre de réduction et les modifications apportées aux estimations comptables d'une année à l'autre ainsi que d'autres hypothèses que la direction ne considère pas comme faisant partie de la performance sous-jacente de l'entreprise.

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

Chaque fois qu'ils sont mentionnés dans le présent document, les indicateurs de performance (EBITDA, EBIT, bénéfice, taux d'imposition, BPA) sont rapportés sur une base « normalisée », ce qui signifie qu'ils sont présentés avant les éléments non-récurrents et les activités abandonnées. Les éléments non-récurrents sont des produits ou charges qui surviennent de manière irrégulière et ne font pas partie des activités normales de la société. Ils sont présentés séparément en raison de leur importance pour comprendre la performance sous-jacente durable de la société de par leur taille ou nature. Les indicateurs normalisés sont des indicateurs additionnels utilisés par la direction et ne peuvent pas remplacer les indicateurs conformes aux normes IFRS comme les indicateurs de la performance de l'entreprise. Les résultats de l'activité CEE sont présentés en tant que « résultat d'activités abandonnées ». Les valeurs indiquées dans les tableaux et les annexes peuvent ne pas concorder à cause d'arrondis.

Vu la nature transformative du rapprochement avec SABMiller finalisé le 10 octobre 2016 et afin de faciliter la compréhension de la performance sous-jacente d'AB InBev, AB InBev a modifié son information sectorielle du 4T15 aux fins de la publication des résultats et du contrôle interne effectué par la direction. Cette présentation (appelée la « Base de référence ») inclut, à des fins comparatives, les résultats de l'activité de SABMiller comme si le rapprochement avait eu lieu au début du 4T15, mais exclut les résultats (i) des activités vendues depuis la finalisation du rapprochement, y compris les participations dans les joint ventures MillerCoors et CR Snow, et la vente des marques Peroni, Grolsch et Meantime et de leurs activités connexes en Italie, aux Pays-Bas, au Royaume-Uni et à l'international et (ii) de l'activité en Europe centrale et de l'Est ainsi que la participation dans Distell pour lesquels des accords de vente fermes ont été annoncés. Ces changements, appliqués à partir du 1^{er} octobre 2016, incluent les géographies de SABMiller. La Colombie, le Pérou, l'Equateur, le Honduras et le Salvador sont présentés avec le Mexique en tant qu'Amérique latine Ouest ; le Panama est présenté au sein de l'Amérique latine Nord ; l'Afrique est présentée avec l'Europe en tant qu'EMEA ; et l'Australie, l'Inde et le Vietnam sont présentés au sein de l'Asie Pacifique.

Les BPA du 4T16 et de l'EX16 sont basés sur la moyenne pondérée de 1 943 millions d'actions pour le 4T16 et de 1 717 millions d'actions pour l'EX16, comparé à une moyenne pondérée de 1 639 millions d'actions pour le 4T15 et l'EX15. L'écart de moyenne pondérée entre le 4T16 et l'EX16 est une conséquence des actions restreintes émises en lien avec le rapprochement avec SABMiller au 4T16.

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 incluent, entre autres, des déclarations liées au rapprochement d'AB InBev et de SABMiller et d'autres déclarations qui ne sont pas des faits historiques. Les déclarations prévisionnelles sont généralement rédigées au futur ou comprennent des mots ou expressions tels que « pourrait », « devrait », « croire », « avoir l'intention », « s'attendre à », « anticiper », « viser », « estimer », « probable », « prévoir » ou d'autres mots ou expressions ayant une portée similaire. Toutes les déclarations qui ne sont pas relatives à des données historiques sont des déclarations prévisionnelles. Vous ne devriez pas accorder une confiance excessive à ces déclarations prévisionnelles, qui reflètent le point de vue actuel du management d'AB InBev, sont sujettes à de nombreux risques et incertitudes au sujet d'AB InBev et sont dépendantes de nombreux facteurs, qui pour certains sont en dehors du contrôle d'AB InBev. Des facteurs, risques et incertitudes importants peuvent entraîner des différences sensibles entre les résultats réels et les résultats escomptés. Ceci inclut, entre autres, la capacité à réaliser des synergies à partir du rapprochement avec SABMiller, les risques et incertitudes relatifs à AB InBev décrits au point 3.D du rapport annuel d'AB InBev inclus dans le formulaire 20-F (« Form 20-F ») déposé auprès de la US Securities and Exchange Commission (« SEC ») le 14 mars 2016 et les risques et incertitudes liés au rapprochement avec SABMiller décrits sous le point « Facteurs de risques » de la Déclaration d'Enregistrement sur le formulaire F-4 (« Form F-4 »), déposé auprès de la SEC le 14 novembre 2016, tel qu'amendé. 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 en parallèle avec les autres avertissements et mises en garde contenus dans d'autres documents, y compris le formulaire 20-F (« Form 20-F ») le plus récent d'AB InBev, le formulaire F-4 et d'autres rapports inclus dans le formulaire 6-K, et tout autre document qu'AB InBev ou SABMiller ont 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 Anheuser-Busch InBev, ses affaires ou ses opérations. Sauf lorsque cela est requis par la loi, AB InBev ne s'engage pas à publier des mises à jour ni à réviser ces déclarations prévisionnelles, à la lumière de nouvelles informations, événements futurs ou autre.

Les données financières relatives au quatrième trimestre 2016 (4T16) présentées aux tableaux 4 à 6, 8, 10, 11 et 13 à 16 du présent communiqué de presse sont extraites des états financiers consolidés audités du groupe arrêtés au 31 décembre 2016 et pour la période de douze mois close à cette date, qui ont été audités par notre commissaire Deloitte Réviseurs d'Entreprises SCCRL conformément aux normes d'audit internationales applicables en Belgique et ont donné lieu à une opinion d'audit sans réserve. Les données financières présentées aux tableaux 3, 7, 9, 12 et 17 sont extraites des documents comptables sous-jacents arrêtés au 31 décembre 2016 et pour la période de douze mois close à cette date (excepté les informations relatives aux volumes).

Les données de la base de référence 2016 reposent en partie sur certaines hypothèses qu'AB InBev estime raisonnables dans les circonstances actuelles. Les données de la base de référence 2016 sont présentées à titre d'information uniquement ; elles ne reflètent pas nécessairement les résultats d'opérations ni la position financière des anciens groupes AB InBev et SABMiller combinés qui en auraient résulté si le rapprochement avait eu lieu le 8 octobre 2015, et ne prévoit pas les résultats d'opérations ni la position financière du groupe combiné à toute date ou période future. Les données de la base de référence 2016 ne sont pas des données financières *pro forma* et n'ont pas été établies conformément à l'Article 11 de la réglementation S-X promulguée par la U.S. Securities and Exchange Commission. Par conséquent, elles ne concordent pas en termes de contenu et de présentation avec les informations financières *pro forma* qui seraient incluses dans les rapports déposés conformément aux Sections 13(a) ou 15(d) du U.S. Securities Exchange Act de 1934, tel qu'amendé.

CONFERENCE TELEPHONIQUE ET WEBDIFFUSION**Conférence de presse :**

10h30 CET – Siège administratif mondial, Leuven, Belgique

Conférence téléphonique et webdiffusion pour les investisseurs le jeudi 2 mars 2017 :

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

Détails concernant l'inscription

Webdiffusion (mode écoute uniquement)

<http://event.on24.com/wcc/r/1341512-1/4EBA9144BD3D604E770B2688DDF5F1BE>

Conférence téléphonique (avec Q&R interactives)

<http://www.directeventreg.com/registration/event/11943410>

CONTACTS ANHEUSER-BUSCH INBEV**Médias**

Marianne Amssoms

Tél. : +1-212-573-9281

E-mail : marianne.amssoms@ab-inbev.com

Kathleen Van Boxelaer

Tél. : +32-16-27-68-23

E-mail : kathleen.vanboxelaer@ab-inbev.com

Investisseurs

Henry Rudd

Tél. : +1-212-503-2890

E-mail : henry.rudd@ab-inbev.com

Mariusz Jamka

Tél. : +32-16-27-68-88

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

Lauren Abbott

Tél. : +1-212-573-9287

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

A propos d'Anheuser-Busch InBev

Anheuser-Busch InBev est une société cotée en bourse (Euronext : ABI) basée à Leuven, en Belgique, avec 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). Notre Rêve est de rassembler les gens pour un monde meilleur. La bière, premier réseau social, rassemble les gens depuis des milliers d'années. Nous avons à cœur de développer de grandes marques qui résistent à l'épreuve du temps et de brasser les meilleures bières en utilisant les ingrédients naturels de la plus haute qualité. Notre portefeuille diversifié de plus de 500 marques de bières comprend les marques mondiales Budweiser®, Corona® et Stella Artois® ; les marques multi-pays Beck's®, Castle®, Castle Lite®, Hoegaarden® et Leffe® ; et des championnes locales telles que Aguila®, Antarctica®, Bud Light®, Brahma®, Cass®, Chernigivske®, Cristal®, Harbin®, Jupiler®, Klinskoye®, Michelob Ultra®, Modelo Especial®, Quilmes®, Victoria®, Sedrin®, Sibirskaia Corona® 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 Etats-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 200 000 collaborateurs basés dans plus de 50 pays de par le monde. En 2016, les produits rapportés d'AB InBev s'élevaient à 45,5 milliards d'USD (hors joint-ventures et entreprises associées).

Annexe 1						
AB InBev au niveau mondial						
	EX15 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX16	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	502 246	8 118	-	-10 121	500 242	-2,0%
dont volumes de nos propres bières	439 158	939	-	-6 171	433 925	-1,4%
Produits	46 928	337	-2 852	1 104	45 517	2,4%
Coûts des ventes	-18 344	- 99	954	- 314	-17 803	-1,8%
Marge brute	28 584	238	-1 898	790	27 715	2,8%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-14 776	- 302	988	-1 080	-15 171	-7,3%
Autres produits/(charges) d'exploitation	1 074	- 153	- 59	- 129	732	-13,9%
EBIT normalisé	14 882	- 217	- 970	- 419	13 276	-2,9%
EBITDA normalisé	18 145	- 184	-1 199	- 9	16 753	-0,1%
Marge EBITDA normalisée	38,7%				36,8%	-92 bps

Amérique du Nord						
	EX15 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX16	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	118 151	671	-	-1 932	116 890	-1,6%
Produits	15 603	143	- 66	18	15 698	0,1%
Coûts des ventes	-6 122	- 50	16	298	-5 858	4,9%
Marge brute	9 481	94	- 50	316	9 841	3,3%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-4 113	- 108	24	- 241	-4 438	-5,9%
Autres produits/(charges) d'exploitation	50	- 15	-	4	39	9,2%
EBIT normalisé	5 418	- 30	- 26	78	5 441	1,5%
EBITDA normalisé	6 172	- 19	- 28	125	6 250	2,0%
Marge EBITDA normalisée	39,6%				39,8%	76 bps

Amérique latine Ouest						
	EX15 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX16	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	61 096	-1 087	-	3 609	63 618	6,0%
Produits	5 396	- 55	- 648	494	5 188	9,3%
Coûts des ventes	-1 486	21	182	- 188	-1 470	-13,0%
Marge brute	3 912	- 34	- 466	306	3 718	7,9%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 898	44	236	- 187	-1 805	-10,1%
Autres produits/(charges) d'exploitation	241	- 159	- 11	4	75	4,7%
EBIT normalisé	2 256	- 149	- 241	123	1 988	5,8%
EBITDA normalisé	2 680	- 153	- 294	143	2 376	5,6%
Marge EBITDA normalisée	49,7%				45,8%	-160 bps

Amérique latine Nord						
	EX15 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX16	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	124 105	1 210	-	-7 304	118 012	-5,9%
Produits	9 156	159	- 493	- 362	8 461	-3,9%
Coûts des ventes	-3 059	- 85	179	- 205	-3 169	-6,6%
Marge brute	6 098	74	- 314	- 567	5 291	-9,2%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-2 626	- 34	156	- 113	-2 618	-4,3%
Autres produits/(charges) d'exploitation	561	2	- 22	- 214	328	-38,1%
EBIT normalisé	4 032	42	- 180	- 893	3 001	-22,0%
EBITDA normalisé	4 727	42	- 224	- 794	3 751	-16,7%
Marge EBITDA normalisée	51,6%				44,3%	-686 bps

Amérique latine Sud	EX15	Scope	Variation	Croissance	EX16	Croissance
	Base de référence		des devises	interne		interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	34 009	41	-	-1 893	32 158	-5,6%
Produits	3 331	5	-1 051	565	2 850	16,9%
Coûts des ventes	-1 148	- 3	312	- 88	- 927	-7,6%
Marge brute	2 184	2	- 739	477	1 923	21,8%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 780	1	291	- 216	- 704	-27,8%
Autres produits/(charges) d'exploitation	7	-	- 12	25	20	-
EBIT normalisé	1 411	3	- 460	286	1 240	20,2%
EBITDA normalisé	1 592	3	- 537	372	1 431	23,4%
Marge EBITDA normalisée	47,8%				50,2%	263 bps

EMEA	EX15	Scope	Variation	Croissance	EX16	Croissance
	Base de référence		des devises	interne		interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	69 158	7 859	-	-1 670	75 348	-2,4%
dont volumes de nos propres bières	56 887	- 184	-	- 649	56 054	-1,1%
Produits	5 638	420	- 286	237	6 010	4,2%
Coûts des ventes	-2 348	- 281	126	- 86	-2 590	-3,7%
Marge brute	3 290	140	- 160	151	3 421	4,6%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-2 017	- 100	95	- 140	-2 163	-6,9%
Autres produits/(charges) d'exploitation	30	8	- 1	7	44	16,8%
EBIT normalisé	1 305	48	- 67	17	1 302	1,3%
EBITDA normalisé	1 723	71	- 85	65	1 774	3,7%
Marge EBITDA normalisée	30,6%				29,5%	-14 bps

Asie-Pacifique	EX15	Scope	Variation	Croissance	EX16	Croissance
	Base de référence		des devises	interne		interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	93 203	153	-	-1 079	92 278	-1,2%
Produits	6 220	8	- 245	92	6 074	1,5%
Coûts des ventes	-2 993	6	127	6	-2 855	0,2%
Marge brute	3 226	14	- 118	98	3 220	3,0%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-2 380	- 23	103	- 62	-2 364	-2,6%
Autres produits/(charges) d'exploitation	148	- 3	- 6	- 8	131	-5,6%
EBIT normalisé	994	- 12	- 22	28	987	2,8%
EBITDA normalisé	1 625	- 12	- 55	87	1 645	5,4%
Marge EBITDA normalisée	26,1%				27,1%	99 bps

Exportations Globales et Sociétés Holding	EX15	Scope	Variation	Croissance	EX16	Croissance
	Base de référence		des devises	interne		interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	2 522	- 730	-	147	1 940	8,2%
Produits	1 582	- 343	- 63	60	1 237	5,4%
Coûts des ventes	-1 190	292	12	- 51	- 935	-6,1%
Marge brute	393	- 50	- 51	9	302	3,2%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 961	-82	83	- 121	-1 080	-12,2%
Autres produits/(charges) d'exploitation	34	14	- 6	54	96	-
EBIT normalisé	- 534	- 118	26	- 57	- 683	-8,5%
EBITDA normalisé	- 373	- 115	24	- 9	- 474	-1,7%

Annexe 2						
AB InBev au niveau mondial	4T15	Scope	Variation	Croissance	4T16	Croissance
	Base de référence		des devises	interne		interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	156 353	8 262	-	-5 176	159 439	-3,3%
dont volumes de nos propres bières	127 733	115	-	-3 873	123 975	-3,0%
Produits	14 047	397	- 274	32	14 202	0,2%
Coûts des ventes	-5 238	- 189	54	- 36	-5 407	-0,7%
Marge brute	8 809	208	- 219	- 4	8 795	-
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-4 518	- 224	83	- 151	-4 811	-3,3%
Autres produits/(charges) d'exploitation	362	- 50	16	- 163	163	-51,7%
EBIT normalisé	4 653	- 66	- 120	- 319	4 148	-7,0%
EBITDA normalisé	5 619	- 42	- 131	- 198	5 248	-3,6%
Marge EBITDA normalisée	40,0%				37,0%	-152 bps
Amérique du Nord	4T15	Scope	Variation	Croissance	4T16	Croissance
	Base de référence		des devises	interne		interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	27 317	186	-	- 963	26 539	-3,5%
Produits	3 644	42	1	- 70	3 616	-1,9%
Coûts des ventes	-1 449	- 21	-	94	-1 376	6,5%
Marge brute	2 195	20	1	23	2 239	1,0%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 017	- 27	- 1	- 10	-1 054	-1,0%
Autres produits/(charges) d'exploitation	25	- 7	-	- 21	- 3	-85,3%
EBIT normalisé	1 203	- 13	1	- 8	1 182	-0,7%
EBITDA normalisé	1 400	- 10	-	2	1 393	0,1%
Marge EBITDA normalisée	38,4%				38,5%	82 bps
Amérique latine Ouest	4T15	Scope	Variation	Croissance	4T16	Croissance
	Base de référence		des devises	interne		interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	28 675	-	-	634	29 309	2,2%
Produits	2 355	-	- 159	115	2 311	4,9%
Coûts des ventes	- 639	2	45	- 57	- 648	-8,9%
Marge brute	1 717	3	-114	58	1 662	3,4%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 762	7	54	- 21	- 722	-2,8%
Autres produits/(charges) d'exploitation	71	- 60	-	- 7	5	-57,7%
EBIT normalisé	1 026	- 50	- 60	30	946	3,1%
EBITDA normalisé	1 184	- 54	- 71	29	1 087	2,5%
Marge EBITDA normalisée	50,3%				47,0%	-108 bps
Amérique latine Nord	4T15	Scope	Variation	Croissance	4T16	Croissance
	Base de référence		des devises	interne		interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	35 940	335	-	-2 388	33 888	-6,6%
Produits	2 547	50	368	- 235	2 730	-9,2%
Coûts des ventes	- 757	- 24	- 142	- 51	- 973	-6,6%
Marge brute	1 791	25	227	- 286	1 757	-15,9%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 602	- 11	- 133	- 15	- 763	-2,5%
Autres produits/(charges) d'exploitation	163	1	28	- 149	43	-91,3%
EBIT normalisé	1 350	16	121	- 450	1 037	-33,1%
EBITDA normalisé	1 510	16	160	- 439	1 247	-28,9%
Marge EBITDA normalisée	59,3%				45,7%	-1286 bps

Amérique latine Sud	4T15	Scope	Variation	Croissance	4T16	Croissance
	Base de référence		des devises	interne		interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	10 065	2	-	- 206	9 861	-2,0%
Produits	1 046	-	- 334	228	942	21,8%
Coûts des ventes	- 317	-	87	-57	- 287	-18,1%
Marge brute	731	-	- 247	171	655	23,4%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 228	1	81	- 62	- 209	-27,3%
Autres produits/(charges) d'exploitation	7	-	- 6	10	11	-
EBIT normalisé	509	1	- 172	119	457	23,4%
EBITDA normalisé	557	1	- 195	152	515	27,2%
Marge EBITDA normalisée	53,3%				54,7%	233 bps

EMEA	4T15	Scope	Variation	Croissance	4T16	Croissance
	Base de référence		des devises	interne		interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	34 554	8 080	-	-1 431	41 204	-4,1%
dont volumes de nos propres bières	23 486	38	-	- 633	22 891	-2,7%
Produits	2 505	434	- 127	96	2 909	3,8%
Coûts des ventes	-1 061	- 278	46	- 26	-1 320	-2,5%
Marge brute	1 443	156	- 81	70	1 589	4,8%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 783	- 97	32	- 66	- 915	-8,5%
Autres produits/(charges) d'exploitation	15	2	- 1	11	28	64,0%
EBIT normalisé	675	62	- 49	15	701	2,1%
EBITDA normalisé	841	84	- 55	47	918	5,5%
Marge EBITDA normalisée	33,6%				31,5%	55 bps

Asie-Pacifique	4T15	Scope	Variation	Croissance	4T16	Croissance
	Base de référence		des devises	interne		interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	19 071	- 135	-	- 881	18 055	-4,7%
Produits	1 603	- 16	- 24	- 80	1 483	-5,0%
Coûts des ventes	-757	21	20	22	- 694	2,9%
Marge brute	846	5	- 4	- 58	789	-6,9%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-706	- 28	21	1	- 714	0,2%
Autres produits/(charges) d'exploitation	54	-1	1	- 58	- 4	-
EBIT normalisé	193	- 24	17	- 115	71	-65,4%
EBITDA normalisé	379	-24	9	- 101	263	-28,0%
Marge EBITDA normalisée	23,6%				17,7%	-551 bps

Exportations Globales et Sociétés Holding	4T15	Scope	Variation	Croissance	4T16	Croissance
	Base de référence		des devises	interne		interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	729	- 206	-	59	582	11,3%
Produits	346	- 114	1	-21	212	-12,5%
Coûts des ventes	- 260	112	- 2	40	- 108	34,5%
Marge brute	86	- 1	- 1	19	104	35,1%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 417	-69	31	21	- 434	4,7%
Autres produits/(charges) d'exploitation	27	13	- 6	50	83	-
EBIT normalisé	- 304	- 57	23	89	- 247	25,4%
EBITDA normalisé	- 252	- 55	22	111	- 175	37,0%