

Bruxelles – 08 mai 2025 – 7h00 CET

Information réglementée¹

AB InBev publie les résultats du premier trimestre 2025

Solide début d'année avec une croissance de l'EBITDA dans le haut de nos perspectives, une poursuite de l'expansion des marges et une croissance du BPA sous-jacent dans le haut de la fourchette entre 0% et 10%

« La bière est une véritable passion pour les consommateurs. La solidité de la catégorie bière et la dynamique continue de nos méga-marques ont permis de réaliser un nouveau trimestre de croissance rentable. L'EBITDA affiche une hausse dans la fourchette haute de nos perspectives et l'optimisation continue de nos activités a stimulé une augmentation du BPA sous-jacent de 7.1%. L'exécution rigoureuse de notre stratégie par nos équipes et partenaires nous a permis de réaliser un solide début d'année, renforçant ainsi notre confiance dans la réalisation de nos perspectives pour 2025. »

– Michel Doukeris, CEO, AB InBev

Produits

+1.5%

Les produits ont augmenté de 1.5%, avec une hausse des produits par hl de 3.7%. Les produits rapportés ont diminué de 6.3% à 13 628 millions d'USD, impactés par des taux de change défavorables.

4.4% d'augmentation pour les produits combinés de nos méga-marques, Corona en tête, enregistrant une croissance de 11.2% en dehors de son marché domestique au cours du 1T25.

34% d'augmentation pour les produits de notre portefeuille de bières sans alcool.

53% d'augmentation en valeur brute des marchandises provenant des ventes de produits tiers par le biais de BEES Marketplace, pour atteindre 645 millions d'USD.

Volumes

-2.2%

Les volumes ont reculé de 2.2%, avec une baisse de 2.5% des volumes de bières et une baisse de 0.2% des volumes des non-bières.

EBITDA normalisé

+7.9%

Au 1T25, l'EBITDA normalisé a augmenté de 7.9% à 4 855 millions d'USD, avec un accroissement de la marge de 218 points de base à 35.6%.

Bénéfice sous-jacent

1 606 millions d'USD

Le bénéfice sous-jacent était de 1 606 millions d'USD au 1T25, par rapport à 1 509 millions d'USD au 1T24. Le bénéfice rapporté attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev s'élevait à 2 148 millions d'USD au 1T25 comparé à 1 091 millions d'USD au 1T24, impacté positivement par les éléments non sous-jacents.

BPA sous-jacent

0.81 USD

Le bénéfice par action (BPA) sous-jacent a augmenté de 7.1% pour atteindre 0.81 USD. À taux de change constants, le BPA sous-jacent a augmenté de 20.2%.

¹L'information ci-jointe constitue une information réglementée au sens de l'arrêté royal belge du 14 novembre 2007 relatif aux obligations des émetteurs d'instruments financiers admis à la négociation sur un marché réglementé. Pour consulter les mentions légales importantes et les notes sur la base de préparation, veuillez vous référer à la page 12.

Commentaires de la direction

Solide début d'année avec une croissance de l'EBITDA dans le haut de nos perspectives, une poursuite de l'expansion des marges et une croissance du BPA sous-jacent dans le haut de la fourchette entre 0% et 10%

Notre entreprise a de nouveau réalisé une solide performance financière au 1T25. L'EBITDA a augmenté de 7.9% avec un accroissement de la marge de 218 points de base stimulé par la croissance des produits, des coûts des ventes favorables et une gestion disciplinée des frais généraux. Le BPA sous-jacent s'élevait à 0.81 USD, une augmentation de 7.1% en USD et de 20.2% à taux de change constants par rapport au 1T24, stimulée principalement par la croissance de 10.3% de l'EBIT et l'optimisation continue de nos coûts financiers nets.

Nos produits ont augmenté de 1.5%, avec une croissance des produits sur environ 50% de nos marchés, stimulée par une augmentation des produits par hl de 3.7% résultant de choix disciplinés en matière de gestion des produits et de la premiumisation continue. Nous avons renforcé la puissance globale de notre portefeuille de marques, portée par l'augmentation de nos investissements marketing et leur efficacité. En outre, nous estimons avoir gagné ou maintenu des parts de marché dans 60 % de nos marchés. La performance des volumes a toutefois été impactée par des facteurs liés au calendrier tels que le nombre inférieur de jours de vente par rapport au 1T24 (année bissextile) et les effets d'échelonnement des livraisons à Pâques, entraînant un recul de 2.2%.

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 Mener et développer la catégorie :**
 Nous avons renforcé la puissance globale de notre portefeuille de marques, portée par l'augmentation de nos investissements marketing et leur efficacité. En outre, nous estimons avoir gagné ou maintenu des parts de marché dans 60 % de nos marchés.
- 2 Digitaliser et monétiser notre écosystème :**
 BEES Marketplace a généré 645 millions d'USD en valeur brute des marchandises provenant des ventes de produits tiers, soit une croissance de 53% par rapport au 1T24. La valeur brute des marchandises de BEES a globalement augmenté de 10% pour atteindre 11.6 milliards d'USD.
- 3 Optimiser nos activités :**
 Le BPA sous-jacent s'élevait à 0.81 USD, une augmentation de 7.1% en USD et de 20.2% à taux de change constants par rapport au 1T24, stimulée principalement par la croissance de 10.3% de l'EBIT et l'optimisation continue de nos coûts financiers nets.

1 Mener et développer la catégorie

Nous utilisons nos cinq leviers répliquables pour favoriser la croissance de catégorie. Notre performance au niveau de chaque levier a été tirée par nos méga-marques, qui ont enregistré une augmentation des produits de 4.4%.

- Participation à la catégorie :** Les investissements dans nos méga-marques et nos innovations ont stimulé une hausse estimée à 60 points de base du pourcentage de consommateurs ayant atteint l'âge légal de consommation qui achètent dans notre portefeuille sur l'ensemble de nos marchés clés, ce qui correspond à 6 millions de nouveaux consommateurs sur une base annualisée. Les hausses de participation ont été stimulées par nos méga-marques et notre portefeuille de bières sans alcool.

- **Supériorité core** : Les produits de notre portefeuille mainstream ont augmenté de 0.3%, stimulés par une croissance à deux chiffres en Corée du Sud et une hausse dans le milieu de la fourchette entre 0% et 10% en Colombie et au Mexique.
- **Choix équilibrés** : Notre portefeuille de choix équilibrés, constitué de marques de bières pauvres en glucides, sans sucre, sans gluten et sans alcool ou à faible teneur en alcool, a réalisé une hausse des produits de 2.7%. La croissance a été tirée par notre portefeuille de bières sans alcool, qui a enregistré une hausse des produits de 34% et a remporté des parts de marché dans les bières sans alcool sur l'ensemble de notre empreinte, selon nos estimations, sous l'impulsion de Corona Cero, qui affiche une hausse à trois chiffres des volumes.
- **Premiumisation** : Notre portefeuille de bières above core a réalisé une hausse des produits de 1.8%. Corona a tiré notre performance, affichant une hausse des produits de 11.2% en dehors du Mexique, avec une hausse à deux chiffres des volumes sur plus de 30 marchés.
- **Beyond Beer** : La croissance de notre portefeuille Beyond Beer s'est accélérée au 1T25, enregistrant une hausse des produits de 16.6%, tirée par la croissance à deux chiffres de Cutwater et Nütrl aux États-Unis et de Beats au Brésil.

2 Digitaliser et monétiser notre écosystème

- **Digitaliser nos relations avec plus de 6 millions de clients dans le monde** : Au 31 mars 2025, BEES était opérationnelle sur 28 marchés, environ 72% de nos produits ayant été générés à travers les plateformes numériques B2B. Au 1T25, BEES a généré 11.6 milliards d'USD en valeur brute des marchandises, soit une croissance de 10% par rapport au 1T24.
- **Monétiser notre circuit d'accès au marché** : BEES Marketplace a généré 10 millions de commandes et 645 millions d'USD en valeur brute des marchandises provenant des ventes de produits tiers, soit une croissance de 27% et de 53%, respectivement, par rapport au 1T24.
- **Se placer en tête des solutions DTC** : Notre écosystème omnicanal DTC de produits numériques et physiques a généré environ 275 millions d'USD de produits. Nos méga-marques DTC, Zé Delivery, TaDa Delivery et PerfectDraft, ont généré 19.2 millions de commandes e-commerce et ont rapporté 117 millions d'USD de produits au cours de ce trimestre, ce qui représente une hausse de 12% par rapport au 1T24.

3 Optimiser nos activités

- **Maximiser la création de valeur** : L'EBITDA a augmenté de 7.9%, avec un accroissement de la marge de 218 points de base, favorisé par une affectation des ressources et une gestion des frais généraux rigoureuses. L'optimisation de nos dépenses d'investissement a stimulé une amélioration de l'efficacité dans les charges de dépréciation et d'amortissement, entraînant une croissance de l'EBIT de 10.3%. Au 5 mai 2025, nous avons finalisé 70% de notre programme de rachat d'actions de 2 milliards d'USD que nous avons annoncé le 31 octobre 2024.
- **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 4.44 kgCO₂e/hl au 1T25, une diminution de 45.7% 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 2.44 hl par hl au 1T25 par rapport à 2.55 hl par hl au 1T24, tandis que nous poursuivons notre ambition d'atteindre 2.50 hl par hl sur une base annuelle d'ici fin 2025.

Assurer une croissance régulière et fiable

Nous sommes encouragés par nos résultats de début d'année, par la résilience de la catégorie bière et par l'exécution cohérente de notre stratégie assurée par nos équipes et partenaires. Notre activité est locale, avec plus de 98% de notre volume produit localement, et notre empreinte bénéficie de moteurs structurels favorables à une croissance des volumes à long terme, soutenue par une dynamique démographique positive, le développement économique en cours et des opportunités d'augmentation de la participation à la catégorie. La solidité de nos résultats et les fondamentaux robustes de notre entreprise renforcent notre confiance dans notre capacité à générer une croissance régulière et fiable et à créer un avenir avec plus de célébrations.

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

	1T24	1T25	Croissance Interne
Volumes	139 536	136 268	(2.2)%
Bières	119 683	116 778	(2.5)%
Non-Bières	19 852	19 490	(0.2)%
Produits	14 547	13 628	1.5%
Marge brute	7 894	7 583	5.2%
Marge brute en %	54.3%	55.6%	203bps
EBITDA normalisé	4 987	4 855	7.9%
Marge EBITDA normalisé	34.3%	35.6%	218bps
EBIT normalisé	3 642	3 587	10.3%
Marge EBIT normalisé	25.0%	26.3%	218bps
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 091	2 148	
Bénéfice sous-jacent	1 509	1 606	
BPA de base	0.54	1.08	
BPA sous-jacent	0.75	0.81	

Tableau 2. Volumes
en milliers d'hl

	1T24	Scope	Croissance interne	1T25	Croissance interne	
					Total	Bières
Amérique du Nord	21 353	(144)	(1 368)	19 842	(6.4)%	(6.4)%
Amériques du Centre	35 690	-	(610)	35 081	(1.7)%	(1.5)%
Amérique du Sud	40 347	-	544	40 891	1.3%	1.4%
EMEA	21 030	(35)	(243)	20 752	(1.2)%	(1.8)%
Asie-Pacifique	21 045	(93)	(1 304)	19 648	(6.2)%	(6.2)%
Exportations Globales et Sociétés Holding	70	(3)	(13)	54	(19.2)%	(19.2)%
AB InBev au niveau mondial	139 536	(274)	(2 993)	136 268	(2.2)%	(2.5)%

Performance des marchés clés

États-Unis : Gains de part de marché continus, stimulés par la croissance de Michelob Ultra

- **Performance opérationnelle** : Les produits ont diminué de 5.1%, avec une hausse des produits par hl de 1.7% stimulée par les initiatives de gestion des produits et la premiumisation. Les ventes aux détaillants ont diminué de 5.4%, une performance estimée supérieure au secteur, qui a été impacté par une météo défavorable et par les effets d'échelonnement des livraisons à Pâques. Les ventes aux grossistes ont reculé de 6.7%, impactés par un jour de vente en moins par rapport au 1T24. L'EBITDA a baissé de 1.7%, la performance des produits ayant été partiellement atténuée par les initiatives de productivité et les gains d'efficacité en matière de frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux tandis que nous avons continué à augmenter les investissements en marketing.
- **Faits commerciaux marquants** : Notre portefeuille a gagné des parts de marché dans le secteur de la bière et la catégorie des boissons spiritueuses prêtes-à-boire, selon Circana. Notre portefeuille de bières a été tiré par Michelob Ultra et Busch Light, qui ont été les deux marques ayant gagné le plus de part de marché en termes de volume dans le secteur, tandis que notre portefeuille de boissons spiritueuses prêtes-à-boire a réalisé une forte croissance à deux chiffres des volumes, Cutwater et Nütrl en tête. Nous sommes le leader des bières sans alcool, notre portefeuille affichant une hausse des volumes dans le haut de la fourchette entre 20% et 30%, stimulée par Michelob Ultra Zero qui a été l'innovation n°1 dans le secteur de la bière au 1T25. La catégorie bière a été impactée par une météo défavorable au 1T25 et par des facteurs liés au calendrier, mais les tendances se sont améliorées en avril, selon Circana, avec la normalisation des conditions météorologiques.

Mexique : La hausse des produits et l'accroissement de la marge ont stimulé une hausse à deux chiffres des bénéfices

- **Performance opérationnelle** : 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% stimulée par les initiatives de gestion des produits. Les volumes enregistrent une baisse dans le bas de la fourchette entre 0% et 10%, ce qui correspond au secteur qui a été impacté négativement par des facteurs liés au calendrier. L'EBITDA a augmenté dans le milieu de la fourchette entre 10% et 20%, avec une expansion de la marge.
- **Faits commerciaux marquants** : Notre performance a été tirée par notre portefeuille de bières above core, qui a enregistré une croissance des produits dans le haut de la fourchette entre 0% et 10%, stimulée par Modelo, notre portefeuille de bière core réalisant une croissance des produits dans le milieu de la fourchette entre 0% et 10%. Nous menons la croissance dans les bières sans alcool, Corona Cero affichant une forte hausse à deux chiffres des volumes. Nous avons continué de faire progresser nos initiatives numériques, BEES Marketplace enregistrant une croissance de 42% en valeur brute des marchandises par rapport au 1T24, et notre plateforme DTC numérique, TaDa Delivery, augmentant son nombre de commandes de 18%.

Colombie : Des volumes records ont stimulé une croissance à deux chiffres des bénéfices

- **Performance opérationnelle** : Les produits ont augmenté dans le haut 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 croissance dans le bas de la fourchette entre 0% et 10%, avec notre portefeuille maintenant sa part dans les ventes totales d'alcool. L'EBITDA a augmenté dans le bas de la fourchette entre 10% et 20%, avec un accroissement de la marge.
- **Faits commerciaux marquants** : Nos marques de bière above core ont tiré notre performance, enregistrant une hausse des volumes dans le haut de la fourchette entre 0% et 10% et stimulant des volumes records au premier trimestre. Notre portefeuille de bières core a réalisé une hausse des volumes dans le bas de la fourchette entre 0% et 10%, stimulée par la croissance continue d'Aguila.

Brésil : Le maintien de la dynamique a stimulé une hausse à deux chiffres des bénéfices avec un accroissement de la marge et des volumes historiquement élevés

- **Performance opérationnelle** : Les produits ont augmenté de 4.6% avec une croissance des produits par hl de 3.1%, stimulée par la premiumisation et les initiatives de gestion des produits. Les volumes totaux ont augmenté de 1.4%, les volumes de bière enregistrant une hausse de 0.8%. Les volumes des non-bières ont augmenté de 3.2%. L'EBITDA a augmenté de 13.5% avec un accroissement de la marge de 278 points de base.
- **Faits commerciaux marquants** : Nos marques premium et super premium ont tiré notre performance, enregistrant une croissance des volumes dans le bas de la fourchette entre 20% et 30%, Stella Artois et Corona. Nous sommes le leader des bières sans alcool, nos volumes affichant une forte croissance à deux chiffres, menée par Brahma 0.0 et Corona Cero. La performance des non-bières a été tirée par notre portefeuille de boissons à faible teneur en sucre et sans sucre, qui affiche une hausse des volumes dans le bas de la fourchette entre 20% et 30%. Nous avons continué de faire progresser nos initiatives numériques, BEES Marketplace enregistrant une croissance de 92% en valeur brute des marchandises, et notre plateforme DTC numérique, Zé Delivery, générant près de 17 millions de commandes au cours de ce trimestre, soit une hausse de 5% par rapport au 1T24.

Europe : Hausse à deux chiffres des bénéfices stimulée par la poursuite de la premiumisation et par un redressement de la marge

- **Performance opérationnelle** : Nos produits ont régressé dans le bas de la fourchette entre 0% et 10%, nos produits par hl affichant une hausse dans le bas de la fourchette entre 0% et 10%, stimulée par la premiumisation continue. Les volumes affichent une baisse dans le bas de la fourchette entre 0% et 10%, égalant ou surpassant le secteur sur la majorité de nos marchés clés, selon nos estimations, lequel a été impacté négativement par des facteurs liés au calendrier. L'EBITDA a augmenté dans le bas de la fourchette entre 10% et 20%, avec un redressement de la marge.
- **Faits commerciaux marquants** : Nous avons poursuivi la premiumisation de notre portefeuille, notre portefeuille premium et super premium représentant 60% de nos produits du 1T25. Notre performance a été stimulée par nos méga-marques, Corona et Stella Artois affichant une hausse des volumes dans le bas de la fourchette entre 0% et 10%. Notre portefeuille de bières sans alcool a enregistré une augmentation des volumes dans le haut de la fourchette entre 10% et 20%, tirée par Corona Cero, qui a réalisé une forte croissance à deux chiffres des volumes. Au Royaume-Uni, à compter de janvier 2025, nous avons renforcé notre portefeuille avec l'ajout de la marque San Miguel et nous sommes désormais le brasseur leader du secteur.

Afrique du Sud : La dynamique soutenue et les gains de parts de marché ont permis de réaliser un nouveau trimestre de croissance des produits et des bénéfices

- **Performance opérationnelle** : Les produits ont augmenté dans le bas 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 affichent un recul dans le bas de la fourchette entre 0% et 10%, surpassant le secteur, selon nos estimations, lequel a été négativement impacté par des facteurs liés au calendrier. L'EBITDA affiche une hausse dans le bas de la fourchette entre 0% et 10%.
- **Faits commerciaux marquants** : La dynamique de nos activités s'est poursuivie, portée par l'exécution rigoureuse de notre stratégie, entraînant des gains estimés de parts de marchés tant dans les segments bière que Beyond Beer. Notre performance a été tirée par nos marques premium et super premium, qui ont enregistré une croissance des volumes dans le bas de la fourchette entre 10% et 20%, stimulée par Corona et Stella Artois. Dans le Beyond Beer, notre portefeuille a enregistré une croissance des volumes dans le milieu de la fourchette entre 0% et 10%.

Chine : Performance impactée par un secteur moins dynamique au sein de notre empreinte

- **Performance opérationnelle** : Les volumes ont baissé de 9.2%, faisant moins bien que le secteur selon nos estimations, notre performance ayant été impactée par la faiblesse persistante du secteur dans nos régions clés et le canal hors domicile, et par la gestion des stocks qui a représenté environ un quart de la baisse de nos volumes. Les produits par hl ont régressé de 3.9%, à cause d'un mix géographique et d'un mix de canaux négatifs, entraînant une baisse des produits de 12.7%. L'EBITDA a régressé de 15.2%.
- **Faits commerciaux marquants** : Nous restons confiants dans notre stratégie, axée sur la premiumisation, l'expansion géographique et des canaux, ainsi que sur la transformation numérique. Nous renforçons son exécution en augmentant nos investissements dans nos méga-marques et en accélérant notre expansion du canal de consommation à domicile. Au 1T25, nos campagnes de marketing comprenaient des activations étendues liées au Nouvel An chinois et une image remaniée de la marque pour Budweiser, ainsi qu'une nouvelle campagne intégrée pour Harbin Zero Sugar avec la NBA. L'utilisation et la portée de BEES ont continué de s'élargir, la plateforme étant présente dans plus de 320 villes en mars 2025.

Faits marquants sur nos autres marchés

- **Canada** : Les produits ont diminué dans le bas 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 diminué dans le milieu de la fourchette entre 0% et 10%, surpassant un secteur faible selon nos estimations, lequel a été négativement impacté par des conditions météorologiques défavorables et des facteurs liés au calendrier. Michelob Ultra et Busch ont continué de se surpasser en étant les deux marques remportant le plus de part de marché en termes de volumes dans le secteur.
- **Pérou** : 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 enregistrent une baisse dans le bas de la fourchette entre 0% et 10%, ce que nous estimons conforme au secteur, qui a été impacté négativement par des facteurs liés au calendrier.
- **Équateur** : Les produits ont enregistré un recul dans le milieu de la fourchette entre 0% et 10%, avec une baisse des volumes dans le milieu de la fourchette entre 0% et 10%, le secteur ayant été impacté par des facteurs liés au calendrier, trois jours de perte d'activité en raison de lois interdisant la consommation d'alcool durant les élections et une base de comparaison élevée avec la solide performance enregistrée au 1T24, qui avait bénéficié d'un échelonnement des livraisons en prévision d'une hausse de la taxe sur les ventes.
- **Argentine** : Les tendances de volumes se sont améliorées de manière séquentielle, avec un recul dans le milieu de la fourchette entre 0% et 10%, les volumes de bières étant estimés en ligne avec ceux du secteur, dans un contexte où la demande générale des consommateurs reste affectée par les pressions inflationnistes. Depuis le 1T24, la définition de croissance interne des produits a été modifiée en Argentine pour limiter la hausse des prix à 2% par mois maximum. Sur cette base, les produits affichent une hausse dans le bas de la fourchette entre 20% et 30%.
- **Afrique hors Afrique du Sud** : Au Nigéria, nos produits ont enregistré une solide croissance à deux chiffres, soutenue par les initiatives de gestion des produits dans un environnement hautement inflationniste. Les volumes de bières affichent une baisse dans le milieu de la fourchette entre 0% et 10%, notre performance ayant été impactée par des contraintes au niveau de la production.

Sur nos autres marchés en Afrique, nos volumes totaux affichent une hausse dans le milieu de la fourchette entre 0% et 10%, sous l'impulsion du Mozambique et de la Tanzanie.

- **Corée du Sud** : Les produits ont augmenté dans le bas de la fourchette entre 10% et 20%, les produits par hl restant stables. Les volumes affichent une hausse dans le bas de la fourchette entre 10% et 20%, surpassant le secteur à la fois dans le canal hors domicile et à domicile, selon nos estimations. Notre performance a été tirée par notre portefeuille core et nos innovations, les volumes étant soutenus par l'échelonnement des livraisons en prévision d'une augmentation des prix annoncée pour avril.

Compte de résultats consolidé

Tableau 3. Compte de résultats consolidé			
<i>en millions d'USD</i>			
	1T24	1T25	Croissance interne
Produits	14 547	13 628	1.5%
Coûts des ventes	(6 653)	(6 044)	3.1%
Marge brute	7 894	7 583	5.2%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	(4 435)	(4 188)	(1.3)%
Autres produits/(charges) d'exploitation	183	192	9.1%
EBIT normalisé	3 642	3 587	10.3%
Éléments non sous-jacents dans l'EBIT	(29)	(49)	
Produits/(coûts) financiers nets	(1 187)	(984)	
Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents	(309)	602	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	57	52	
Éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées	104	-	
Impôts sur le résultat	(794)	(664)	
Bénéfice	1 485	2 544	
Bénéfice attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	393	396	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 091	2 148	
EBITDA normalisé	4 987	4 855	7.9%
Bénéfice sous-jacent	1 509	1 606	

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

Tableau 4. Éléments non sous-jacents au-dessus de l'EBIT et éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées		
<i>en millions d'USD</i>		
	1T24	1T25
Restructuration	(31)	(12)
Cession d'activités et vente d'actifs (y compris les pertes de dépréciation)	2	(37)
Éléments non sous-jacents dans l'EBIT	(29)	(49)
Éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées	104	-

L'EBIT normalisé ne comprend pas les éléments négatifs non sous-jacents de 49 millions d'USD du 1T25 et de 29 millions d'USD du 1T24. Les éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées du 1T24 comprennent l'impact de l'adoption de l'IAS 29 concernant le traitement comptable de l'hyperinflation par notre entreprise associée Anadolu Efes sur leurs résultats de 2023.

Produits/(coûts) financiers nets

Tableau 5. Produits/(coûts) financiers nets		
<i>en millions d'USD</i>		
	1T24	1T25
Charges nettes d'intérêts	(714)	(651)
Charges d'intérêts nettes liées aux pensions	(22)	(18)
Charges de désactualisation	(191)	(149)
Produits d'intérêts nets sur les crédits d'impôts brésiliens	36	30
Autres résultats financiers	(296)	(196)
Produits/(coûts) financiers nets	(1 187)	(984)

Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents

Tableau 6. Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents		
<i>en millions d'USD</i>		
	1T24	1T25
Ajustements à la valeur de marché	(243)	602
Gain/(perte) sur remboursement anticipé d'obligations et autres	(66)	-
Produits/(coûts) financiers nets non sous-jacents	(309)	602

Les coûts financiers nets non sous-jacents au 1T25 comprennent des gains évalués 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		
	1T24	1T25
Prix de l'action au début de la période (Euro)	58.42	48.25
Prix de l'action à la fin de la période (Euro)	56.46	56.92
Nombre d'instruments de fonds propres (millions) à la fin de la période	100.5	100.5

Impôts sur le résultat

Tableau 8. Impôts sur le résultat		
<i>en millions d'USD</i>		
	1T24	1T25
Impôts sur le résultat	794	664
Taux d'impôts effectif	37.5%	21.0%
Taux d'impôts effectif normalisé	27.0%	25.9%

Le taux d'imposition effectif du 1T25 a été positivement impacté par des gains non imposables provenant des instruments dérivés liés à la couverture des programmes de paiements fondés sur des actions et des actions émises dans le cadre des regroupements avec Grupo Modelo et SAB, alors que le taux d'imposition effectif du 1T24 était négativement impacté par des pertes non déductibles provenant de ces instruments dérivés.

En outre, le taux d'imposition effectif du 1T24 comprend 240 millions d'USD (4.5 milliards de ZAR) de coûts fiscaux non sous-jacents suite à la résolution au 1T24 des matières fiscales en Afrique du Sud décrites à la note 29 Passifs éventuels du rapport annuel de 2024.

La diminution de notre TIE normalisé au 1T25 par rapport au 1T24 est stimulée principalement par le mix pays.

BPA sous-jacent

Tableau 9. BPA sous-jacent		
<i>en USD par action, sauf le nombre d'actions en millions</i>		
	1T24	1T25
EBITDA normalisé	2.48	2.43
Amortissements et dépréciations	(0.67)	(0.64)
EBIT normalisé	1.81	1.80
Produits/(coûts) financiers nets	(0.59)	(0.49)
Impôts sur le résultat	(0.33)	(0.34)
Entreprises associées et participations ne donnant pas le contrôle	(0.17)	(0.17)
Impacts de l'hyperinflation	0.03	0.01
BPA sous-jacent	0.75	0.81
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires et restreintes	2 007	1 994

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	1T24	1T25
<i>en millions d'USD</i>		
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 091	2 148
Impact net des éléments non sous-jacents sur le résultat	362	(565)
Impacts de l'hyperinflation	55	23
Bénéfice sous-jacent	1 509	1 606

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

Tableau 11. BPA de base et sous-jacent	1T24	1T25
<i>en USD par action, sauf le nombre d'actions en millions</i>		
BPA de base	0.54	1.08
Impact net des éléments non sous-jacents	0.18	(0.28)
Impacts de l'hyperinflation	0.03	0.01
BPA sous-jacent	0.75	0.81
Impact des taux de change	-	0.09
BPA sous-jacent à taux de change constants	0.75	0.90
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires et restreintes	2 007	1 994

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	1T24	1T25
<i>en millions d'USD</i>		
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 091	2 148
Participations ne donnant pas le contrôle	393	396
Bénéfice	1 485	2 544
Impôts sur le résultat	794	664
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	(57)	(52)
Éléments non sous-jacents dans le résultat des entreprises associées	(104)	-
(Produits)/coûts financiers nets	1 187	984
(Produits)/coûts financiers nets non sous-jacents	309	(602)
Éléments non sous-jacents dans l'EBIT (y compris les pertes de valeur)	29	49
EBIT normalisé	3 642	3 587
Amortissements et dépréciations	1 344	1 268
EBITDA normalisé	4 987	4 855

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 dans 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) éléments non sous-jacents et (ii) 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 conformes aux 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 conformes aux normes IFRS et ne doivent pas être considérés comme des alternatives au bénéfice par action en tant qu'indicateur de performance opérationnelle par action. Il n'existe pas de méthode de calcul standard pour ces indicateurs financiers 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.

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 1T25, 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 (23) millions d'USD. L'impact sur le BPA de base au 1T25 était de (0.01) USD. Les valeurs indiquées dans les tableaux et les annexes peuvent ne pas concorder à cause d'arrondis. Le BPA du 1T25 est basé sur la moyenne pondérée de 1 994 millions d'actions, comparée à une moyenne pondérée de 2 007 millions d'actions pour le 1T24.

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 au premier trimestre 2025 (1T25) présentées aux tableaux 1 (excepté les informations relatives aux volumes), 3 à 6, 8, 11 et 12 du présent communiqué de presse sont extraites des états financiers intermédiaires consolidés condensés non audités du groupe arrêtés au 31 mars 2025 et pour la période de trois mois close à cette date, qui ont fait l'objet d'un examen par notre commissaire PwC Réviseurs d'Entreprises SRL / PwC Bedrijfsrevisoren BV conformément aux normes du 'Public Company Accounting Oversight Board' (États-Unis). Les données financières présentées aux tableaux 7, 9 et 11 sont extraites des documents comptables sous-jacents arrêtés au 31 mars 2025 et pour la période de trois 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 8 mai 2025 :

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

Détails concernant l'inscription :

Webdiffusion (mode écoute uniquement) :

[AB InBev 1Q25 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

Cyrus Nentin

E-mail : cyrus.nentin@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 Hoorn à Leuven en Belgique, à l'esprit innovateur de la brasserie Anheuser & Co à St. Louis aux États-Unis, à la création de la brasserie Castle en Afrique du Sud lors de la ruée vers l'or à Johannesburg, ou encore à Bohemia, la première brasserie au Brésil. Géographiquement diversifiés avec une exposition équilibrée sur les marchés émergents et développés, nous misons sur les forces collectives d'environ 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

AB InBev au niveau mondial	1T24	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1T25	Croissance interne
Volumes	139 536	(274)	-	(2 993)	136 268	(2.2)%
Produits	14 547	(31)	(1 099)	210	13 628	1.5%
Coûts des ventes	(6 653)	(64)	471	202	(6 044)	3.1%
Marge brute	7 894	(96)	(627)	412	7 583	5.2%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	(4 435)	(20)	324	(57)	(4 188)	(1.3)%
Autres produits/(charges) d'exploitation	183	14	(21)	17	192	9.1%
EBIT normalisé	3 642	(103)	(324)	372	3 587	10.3%
EBITDA normalisé	4 987	(100)	(424)	392	4 855	7.9%
Marge EBITDA normalisé	34.3%				35.6%	218bps

Amérique du Nord	1T24	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1T25	Croissance interne
Volumes	21 353	(144)	-	(1 368)	19 842	(6.4)%
Produits	3 593	(36)	(25)	(168)	3 364	(4.7)%
Coûts des ventes	(1 544)	20	9	106	(1 410)	7.0%
Marge brute	2 049	(16)	(17)	(62)	1 953	(3.0)%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	(1 085)	(6)	11	29	(1 052)	2.7%
Autres produits/(charges) d'exploitation	(12)	-	1	25	14	207.0%
EBIT normalisé	951	(22)	(5)	(8)	916	(0.8)%
EBITDA normalisé	1 126	(22)	(7)	(10)	1 087	(0.9)%
Marge EBITDA normalisé	31.3%				32.3%	125bps

Amériques du Centre	1T24	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1T25	Croissance interne
Volumes	35 690	-	-	(610)	35 081	(1.7)%
Produits	4 051	(12)	(400)	144	3 784	3.6%
Coûts des ventes	(1 586)	(14)	138	113	(1 350)	7.1%
Marge brute	2 465	(26)	(262)	257	2 434	10.5%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	(965)	6	101	(53)	(911)	(5.5)%
Autres produits/(charges) d'exploitation	12	-	(2)	1	12	7.2%
EBIT normalisé	1 512	(20)	(162)	204	1 535	13.6%
EBITDA normalisé	1 886	(20)	(201)	192	1 858	10.3%
Marge EBITDA normalisé	46.6%				49.1%	300bps

Amérique du Sud	1T24	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1T25	Croissance interne
Volumes	40 347	-	-	544	40 891	1.3%
Produits	3 233	45	(576)	276	2 978	8.5%
Coûts des ventes	(1 586)	(89)	281	(56)	(1 450)	(3.5)%
Marge brute	1 647	(43)	(295)	220	1 528	13.4%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	(941)	(33)	168	(43)	(849)	(4.6)%
Autres produits/(charges) d'exploitation	116	8	(18)	(9)	97	(7.8)%
EBIT normalisé	821	(68)	(145)	168	776	20.9%
EBITDA normalisé	1 084	(65)	(192)	180	1 007	16.8%
Marge EBITDA normalisé	33.5%				33.8%	253bps

EMEA	1T24	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1T25	Croissance interne
Volumes	21 030	(35)	-	(243)	20 752	(1.2)%
Produits	1 927	(8)	(45)	91	1 965	4.8%
Coûts des ventes	(1 036)	10	26	(29)	(1 028)	(2.8)%
Marge brute	892	2	(18)	62	937	7.0%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	(614)	(16)	16	7	(607)	1.1%
Autres produits/(charges) d'exploitation	44	5	(2)	(4)	44	(7.4)%
EBIT normalisé	322	(8)	(4)	65	375	20.7%
EBITDA normalisé	569	(8)	(10)	74	624	13.1%
Marge EBITDA normalisé	29.5%				31.7%	235bps

Asie-Pacifique	1T24	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1T25	Croissance interne
Volumes	21 045	(93)	-	(1 304)	19 648	(6.2)%
Produits	1 634	(7)	(52)	(125)	1 450	(7.7)%
Coûts des ventes	(763)	(2)	23	58	(685)	7.6%
Marge brute	871	(9)	(30)	(67)	766	(7.8)%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	(445)	(3)	16	11	(420)	2.5%
Autres produits/(charges) d'exploitation	26	-	-	(1)	24	(4.7)%
EBIT normalisé	452	(12)	(13)	(57)	369	(12.9)%
EBITDA normalisé	616	(11)	(18)	(63)	523	(10.4)%
Marge EBITDA normalisé	37.7%				36.1%	(112)bps

Exportations Globales et Sociétés Holding	1T24	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1T25	Croissance interne
Volumes	70	(3)	-	(13)	54	(19.2)%
Produits	109	(14)	(1)	(8)	86	(8.6)%
Coûts des ventes	(138)	11	(5)	10	(122)	8.2%
Marge brute	(29)	(3)	(6)	2	(36)	7.0%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	(385)	31	12	(7)	(349)	(2.1)%
Autres produits/(charges) d'exploitation	(3)	-	-	4	1	118.8%
EBIT normalisé	(417)	28	6	(1)	(384)	(0.2)%
EBITDA normalisé	(295)	28	4	20	(244)	7.4%