

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 4T19 et à l'EX19 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 23-24.

Anheuser-Busch InBev publie les résultats du quatrième trimestre et de l'exercice 2019

CHIFFRES CLÉS

- **Produits** : Les produits ont augmenté de 4,3 % au cours de l'EX19 et de 2,5 % au 4T19, avec une croissance des produits par hl de 3,1 % durant l'EX19 et de 0,9 % au 4T19. La croissance saine des volumes a été favorisée par des initiatives de premiumisation et de gestion des revenus au niveau mondial, malgré un ralentissement de la croissance des produits par hl à la suite d'avancées dans notre stratégie d'accessibilité intelligente.
- **Volumes** : Les volumes totaux ont augmenté de 1,1 % durant l'EX19, les volumes de nos propres bières affichant une hausse de 0,8 %, et les volumes non-bières une hausse de 4,8 %. Au 4T19, les volumes totaux ont augmenté de 1,6 %, les volumes de nos propres bières affichant une hausse de 0,8 %, et les volumes non-bières une hausse de 8,0 %.
- **Marques mondiales** : Les produits combinés de nos trois marques mondiales Budweiser, Stella Artois et Corona ont enregistré une croissance de 5,2 % au cours de l'EX19 et de 2,1 % au 4T19. En dehors de leurs marchés domestiques respectifs, les marques mondiales ont progressé de 8,0 % au cours de l'EX19 et de 3,9 % au 4T19.
- **Coûts des Ventes (CdV)** : Les CdV ont augmenté de 7,4 % durant l'EX19 et de 5,9 % par hl en raison de l'impact significatif du prix des produits de base et de l'effet de change. Au 4T19, les CdV ont augmenté de 9,1 % et de 7,3 % par hl.
- **EBITDA** : L'EBITDA a augmenté de 2,7 % durant l'EX19 pour atteindre 21 078 millions d'USD, la croissance des volumes et des produits et la gestion disciplinée et constante des coûts, favorisée par la réalisation de synergies, ayant été partiellement atténuées par des coûts des ventes par hl élevés. La marge EBITDA a diminué de 65 points de base, à 40,3 %. Au 4T19, l'EBITDA a diminué de 5,5 % pour atteindre 5 343 millions d'USD et la marge a reculé de 336 points de base à 40,1 %.
- **Résultats financiers nets** : Les coûts financiers nets (hors résultats financiers nets non-récurrents) s'élèvent à 4 355 millions d'USD pour l'EX19, par rapport à 6 844 millions d'USD pour l'EX18. Cette diminution est majoritairement due à un gain évalué à la valeur de marché de 898 millions d'USD durant l'EX19 qui est lié à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions, par rapport à une perte de 1 774 millions d'USD pour l'EX18, soit une fluctuation de 2 672 millions d'USD. Les coûts financiers nets s'élèvent à 2 309 millions d'USD au 4T19, alors qu'ils étaient de 2 162 millions d'USD au 4T18.
- **Impôt sur le résultat** : Le taux d'imposition effectif (TIE) normalisé a diminué à 23,0 % durant l'EX19 alors qu'il était de 27,5 % durant l'EX18, et a diminué à 24,5 % au 4T19 par rapport à 33,0 % au 4T18. Sans tenir compte de l'impact des gains et pertes liés à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions, notre TIE normalisé est de 24,9 % pour l'EX19, par rapport à 23,4 % pour l'EX18, et de 17,2 % au 4T19 alors qu'il s'élevait à 24,7 % au 4T18.
- **Bénéfice** : Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev est de 8 086 millions d'USD pour l'EX19, alors qu'il était de 6 248 millions d'USD pour l'EX18, et est de 962 millions d'USD au 4T19 par rapport à 1 405 millions d'USD au 4T18. Le bénéfice sous-jacent (bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev hors gains et pertes évalués à la valeur de marché liés à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions et à l'impact de l'hyperinflation) est de 7 196 millions d'USD pour l'EX19 contre 8 099 millions d'USD pour l'EX18, et de 1 729 millions d'USD au 4T19 contre 2 306 millions d'USD au 4T18.
- **Bénéfice par action (BPA)** : Le BPA normalisé est de 4,08 USD pour l'EX19, soit une hausse par rapport à 3,16 USD pour l'EX18, et de 0,48 USD au 4T19, en baisse par rapport à 0,71 USD au 4T18.

Le BPA sous-jacent (BPA normalisé, hors gains et pertes évalués à la valeur de marché liés à la couverture de nos paiements fondés sur des actions et l'impact de l'hyperinflation) est de 3,63 USD pour l'EX19, en baisse par rapport aux 4,10 USD de l'EX18, et de 0,87 USD au 4T19, en baisse par rapport à 1,17 USD au 4T18.

- **Dividende** : Le Conseil d'administration d'AB InBev propose un solde de dividende de 1,00 EUR par action, sous réserve de l'approbation des actionnaires à l'AGA prévue le 29 avril 2020. Combiné à l'acompte sur dividende de 0,80 EUR par action versé en novembre 2019, le dividende total pour l'EX19 serait de 1,80 EUR par action. Le calendrier des dates ex-coupon, des dates d'enregistrement et des dates de paiement est consultable à la page 22.
- **Hyperinflation** : Le retraitement lié à l'hyperinflation des résultats des 9M19 sur base du pouvoir d'achat de décembre et du taux de change à la clôture a eu un impact positif de 55 millions d'USD sur les produits et de 30 millions d'USD sur l'EBITDA normalisé sur la croissance interne rapportée pour l'EX19. L'impact du retraitement lié à l'hyperinflation des 9M19 n'est pas pris en compte dans le calcul de la croissance interne du 4T19 et est présenté séparément dans l'Annexe 2.
- **Désendettement** : En tenant compte des produits attendus de la cession des activités australiennes (tout en excluant l'EBITDA provenant des activités australiennes des 12 derniers mois), notre ratio dette nette / EBITDA serait de 4,0x pour la période de 12 mois se terminant le 31 décembre 2019.
- **Rapprochement avec SAB** : Au 3T19, nous avons achevé la réalisation des 3,2 milliards d'USD de synergies et d'économies de coûts en devises constantes à compter d'août 2016 résultant du rapprochement avec SAB.
- **Le rapport financier de l'exercice 2019** est consultable sur notre site www.ab-inbev.com.

Tableau 1. Résultats consolidés (millions d'USD)

	EX18 Retraité	EX19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hts)	559 819	561 427	1.1%
Nos propres bières	493 776	495 423	0.8%
Volumes des non-bières	61 263	62 296	4.8%
Produits de tiers	4 780	3 709	-9.2%
Produits	53 041	52 329	4.3%
Marge brute	33 108	31 967	2.4%
Marge brute en %	62.4%	61.1%	-113 bps
EBITDA normalisé	21 732	21 078	2.7%
Marge EBITDA normalisé	41.0%	40.3%	-65 bps
EBIT normalisé	17 107	16 421	1.7%
Marge EBIT normalisé	32.3%	31.4%	-80 bps
Bénéfice des activités poursuivies attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	3 839	8 748	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	4 370	9 171	
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	6 248	8 086	
Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	8 099	7 196	
Bénéfice par action (USD)	2.21	4.62	
Bénéfice normalisé par action (USD)	3.16	4.08	
BPA sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev (USD)	4.10	3.63	

	4T18 Retraité	4T19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	140 161	141 979	1.6%
Nos propres bières	122 899	124 025	0.8%
Volumes des non-bières	16 276	17 170	8.0%
Produits de tiers	987	785	-4.0%
Produits	13 792	13 334	2.5%
Marge brute	8 728	8 065	-1.5%
Marge brute en %	63.3%	60.5%	-236 bps
EBITDA normalisé	6 018	5 343	-5.5%
Marge EBITDA normalisé	43.6%	40.1%	-336 bps
EBIT normalisé	4 836	4 128	-8.6%
Marge EBIT normalisé	35.1%	31.0%	-373 bps
Bénéfice des activités poursuivies attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	299	- 1	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	456	114	
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 405	962	
Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 306	1 729	
Bénéfice par action (USD)	0.23	0.06	
Bénéfice normalisé par action (USD)	0.71	0.48	
BPA sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev (USD)	1.17	0.87	

Tableau 2. Volumes (milliers d'hl)

	EX18	Scope	Croissance	EX19	Croissance interne	
	Retraité		interne		Volumes totaux	Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	110 726	50	-2 643	108 133	-2.4%	-2.4%
Amériques du Centre	128 803	- 153	4 888	133 538	3.8%	4.0%
EMEA	87 135	-4 071	2 825	85 888	3.4%	3.9%
Amérique du Sud	135 618	188	3 858	139 664	2.8%	1.5%
Asie-Pacifique	96 116	- 134	-2 814	93 168	-2.9%	-2.7%
Exportations Globales et Sociétés Holding	1 422	- 481	95	1 036	10.1%	9.2%
AB InBev au niveau mondial	559 819	-4 601	6 209	561 427	1.1%	0.8%

	4T18	Scope	Croissance	4T19	Croissance interne	
	Retraité		interne		Volumes totaux	Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	26 114	19	- 645	25 489	-2.5%	-2.5%
Amériques du Centre	34 039	- 16	1 521	35 544	4.5%	4.9%
EMEA	23 469	- 382	780	23 867	3.4%	4.0%
Amérique du Sud	39 851	-	1 358	41 209	3.4%	0.5%
Asie-Pacifique	16 424	- 68	- 875	15 481	-5.2%	-5.2%
Exportations Globales et Sociétés Holding	263	- 3	128	389	49.2%	46.5%
AB InBev au niveau mondial	140 161	- 449	2 267	141 979	1.6%	0.8%

COMMENTAIRES DE LA DIRECTION

À nos actionnaires :

Notre performance en 2019 est bien en deçà de nos attentes, et nous ne sommes pas satisfaits de nos résultats. Il y a eu de nombreux succès, mais nous avons aussi fait face à de nombreux défis. Nous comprenons que, pour atteindre nos objectifs ambitieux, nous devons braver les difficultés et les transformer en opportunités de réussite.

Nous sommes une entreprise solide et diversifiée, avec une empreinte géographique, un portefeuille de marques, une réserve de talents et une stratégie commerciale sans égal. En tant que brasseur leader au niveau mondial, notre engagement à développer la catégorie bière est inébranlable. Nous tirerons les enseignements de 2019 afin de mieux nous positionner pour générer une croissance durable du chiffre d'affaires et des bénéfices.

Nos collaborateurs agissent comme des propriétaires et prennent à cœur leurs résultats. À l'avenir, nous sommes déterminés à assurer notre croissance grâce à l'orientation client, à l'excellence opérationnelle et à l'innovation. Nous avons l'opportunité unique de construire une entreprise plus solide et plus proche que jamais de nos consommateurs et de nos clients, en tirant parti de nos atouts pour créer de la valeur durable.

Analyse de notre performance

Durant toute l'année, nous avons misé davantage sur la croissance des produits et la création de valeur, tout en adoptant une stratégie plus équilibrée entre croissance des volumes et croissance des produits par hl. Pour la troisième année consécutive, nous enregistrons une croissance des volumes, qui est de 1,1 % en 2019, avec un rythme de croissance qui s'accélère chaque année. En combinant ce résultat à une croissance des produits par hl de 3,1 %, nous réalisons une croissance des produits de 4,3 %.

L'EBITDA a augmenté de 2,7 % et la marge a perdu 65 points de base pour atteindre 40,3 %, ce qui est en-dessous de nos attentes. Nous avons été confrontés à d'importants vents contraires dans notre base de coût, dus essentiellement à la plus forte hausse annuelle du prix des produits de base et des effets de change de cette dernière décennie, ce qui a freiné la croissance de l'EBITDA d'environ 200 points de base. De plus, les contextes macroéconomiques difficiles sur plusieurs de nos marchés importants ont comprimé les revenus disponibles des consommateurs, entraînant ainsi une réduction des dépenses et une baisse de la consommation.

Nous avons franchi une étape importante en 2019 avec le succès de l'introduction à la Bourse de Hong-Kong d'une participation minoritaire de notre activité en Asie-Pacifique (Budweiser APAC) pour 5,75 milliards d'USD, ce qui atteste de la valeur que nous avons créée dans la zone APAC cette dernière décennie. Cette introduction en Bourse crée un champion régional dans le secteur des biens de consommations et une plate-forme attrayante pour les fusions-acquisitions.

Nous avons également pris des mesures significatives pour réduire la dette et revenir à notre structure de capital optimale, et avons atteint un ratio d'endettement de 4,0x au 31 décembre 2019 (en tenant compte des produits attendus de la cession des activités australiennes tout en excluant l'EBITDA provenant des activités australiennes des 12 derniers mois).

Développer la catégorie bière mondiale

Nous continuons de concentrer nos efforts sur l'accélération de la croissance de la catégorie bière en exploitant les cadres interdépendants du modèle de maturité du marché, le cadre d'extension des catégories et les champions de la croissance. Le cadre d'extension des catégories constitue une feuille de route pour le développement de la catégorie bière en offrant un portefeuille complet qui comprend différents styles de bière et de prix, pour atteindre plus de consommateurs et multiplier les occasions de consommation.

La core lager est au centre du cadre d'extension des catégories et au cœur de notre activité. Nous avons réalisé des progrès importants pour valoriser nos marques phares de par le monde en segmentant nos core lagers en pils faciles à boire et en pils classiques, qui ont un profil et des occasions de consommation différents. Ceci nous permet de stimuler une croissance progressive en réduisant la cannibalisation, tout en renforçant le positionnement relatif de chaque marque. Si les volumes de notre portefeuille core ont reculé en 2019, la tendance s'est améliorée par rapport à 2018 et nous avons enregistré une forte croissance de nos marques core sur des marchés pertinents comme le Mexique, la Colombie et le Nigeria.

La premiumisation, une tendance de consommation sur tous nos marchés, joue un rôle déterminant dans le cadre d'extension des catégories et dans notre stratégie commerciale, puisqu'elle génère la croissance du chiffre d'affaires et des bénéfices. C'est un moteur de croissance essentiel pour la catégorie bière au niveau mondial, d'autant plus que les consommateurs boudent les marques core pour monter en gamme. Nos marques above core représentent aujourd'hui plus d'un quart de notre volume total et affichent une progression supérieure à celle de toute l'entreprise. Notre Entreprise haut de gamme montre la voie, avec une croissance à deux chiffres du chiffre d'affaires et des bénéfices en 2019, ceux-ci partant déjà d'un bon niveau.

Nos marques mondiales sont au premier plan de notre stratégie de premiumisation et ont eu une excellente année, avec une augmentation des produits de 8,0 % en dehors de leurs marchés domestiques, où elles sont vendues plus cher. Budweiser a progressé de 3,3 % en dehors des États-Unis, grâce aux solides performances enregistrées au Brésil, en Europe et en Inde, mais a été impactée négativement par les faibles résultats du canal de la vie nocturne en Chine, où la marque est en tête. Stella Artois affiche une hausse de 6,5 % en dehors de la Belgique, avec une belle progression aux États-Unis et au Brésil. Corona reste en tête avec une croissance de 21,0 % en dehors du Mexique, grâce notamment à des marchés comme la Chine et l'Afrique du Sud. La solide valeur de nos marques a aussi été reconnue par Interbrand, qui a une nouvelle fois fait figurer Budweiser et Corona dans son classement des 100 plus grandes marques mondiales. Elles étaient les deux marques de bière les mieux classées, faisant mieux que le classement de l'année précédente et augmentant leur valeur en dollar.

L'accessibilité intelligente est un autre pilier du cadre d'extension des catégories, l'accessibilité étant un obstacle majeur à l'accès à la catégorie bière pour beaucoup de consommateurs. C'est particulièrement vrai sur beaucoup de marchés émergents sur lesquels nous sommes présents, où la croissance des revenus disponibles des consommateurs est restée inférieure à l'inflation ces dernières années. Cela a impacté l'accessibilité relative de la catégorie bière et, dans de nombreux cas, affecté la consommation par habitant. En réponse à cela, nous avons accru la pertinence de notre stratégie d'accessibilité intelligente. Nous étendons notre portefeuille en proposant par exemple de nouveaux formats d'emballage et de nouvelles marques, y compris sur nos bières brassées avec des ingrédients cultivés localement. Ces innovations génèrent une rentabilité croissante significative sur des marchés clés, mais ont généralement un effet dilutif sur les produits par hl.

Outre le fait de différencier les bières par classe de prix, le cadre d'extension des catégories enrichit la catégorie bières de bières aromatisées et d'autres styles de bière, plaisant à des profils gustatifs différents, et multiplie les occasions de consommation. Nous avons sérieusement étoffé notre portefeuille de bières aromatisées et d'autres styles de bière, grâce surtout à ZX Ventures, notre organisation de croissance disruptive. ZX Ventures continue d'alimenter nos résultats en termes de produits, en représentant plus de 15 % de la croissance de nos produits.

Nous sommes fiers des progrès réalisés dans l'ensemble de notre portefeuille pour répondre aux besoins d'un large éventail de consommateurs, tous styles de bière, classes de prix et occasions confondus. Nous allons continuer à innover et à améliorer notre offre pour assurer la croissance de la catégorie bière au niveau mondial.

Répondre à l'évolution du monde

Nous sommes une entreprise soutenue par les communautés, nourrie par l'innovation et tournée vers les consommateurs. Plusieurs tendances clés, actuelles et émergentes, influencent nos consommateurs et leur comportement. Le vieillissement de la population, l'isolement social et le mouvement pour l'égalité des sexes font naître des tendances comportementales majeures, telles que la santé, le bien-être et le besoin grandissant de digitalisation et de connexion.

Nous devons intégrer chaque aspect de ce monde en évolution. Il faut que nous répondions aux nouveaux consommateurs et partenaires en exploitant les capacités que nous avons créées et en développant nos programmes, tout en reconnaissant nos lacunes et en explorant les opportunités de croissance.

Cela signifie que notre entreprise doit évoluer. Après tout, nous sommes des propriétaires qui construisent une entreprise faite pour durer. Rêver grand fait partie de notre ADN. Nous voyons les défis comme des opportunités et nous ne nous satisfaisons jamais complètement de nos résultats.

Réinventer l'avenir de notre entreprise

Nous avons déjà fait d'énormes progrès, mais nous devons évoluer plus vite. Dès 2020, nous allons accélérer le mouvement pour développer de nouvelles capacités et de nouveaux modes de pensée. Nous mettons notre entreprise sur la voie de la réussite en développant nos plateformes de croissance :

- *Devenir une entreprise brassicole encore meilleure* – Nous maintiendrons notre performance tout en faisant évoluer notre activité de base. Nous continuerons d'innover et de brasser des bières d'exception afin de répondre aux besoins de davantage de consommateurs à davantage d'occasions. Étant donné que de nouveaux modes d'interaction entre les consommateurs apparaissent, notamment grâce à la technologie, nous devons nous adapter à eux tout en leur offrant d'autres expériences. Nous utiliserons la technologie pour nous rapprocher de nos clients, comme une passerelle vers nos consommateurs.
- *Accélérer notre stratégie de premiumisation* - À travers le monde et plus particulièrement sur les marchés matures, les consommateurs recherchent des produits de luxe abordables dans toutes les catégories de biens de consommation, y compris la bière. Nous allons miser sur notre portefeuille exceptionnel de bières premium et nos capacités d'innovation pour tirer parti de notre position de leader dans la catégorie premium.
- *Élargir nos horizons au-delà de la bière* - Compte tenu des goûts fragmentés des consommateurs, nous avons besoin d'un portefeuille élargi pour satisfaire davantage de consommateurs à davantage d'occasions, incluant d'autres boissons que la bière pour répondre à leurs besoins. Nous devons devenir l'entreprise qui rassemble tout le monde, pas uniquement les amateurs de bière.
- *Se lancer dans de nouvelles aventures et offrir de nouvelles solutions à nos clients et nos consommateurs* - Nous exploiterons l'incomparable plateforme et l'expertise que nous avons acquise au fil du temps pour développer de nouvelles activités créatrices de valeur supplémentaire. Nous pouvons aider nos clients à devenir plus efficaces et plus rentables. Nous pouvons offrir plus de confort aux clients et aux consommateurs en livrant plus de produits et de services à plus d'endroits en exploitant nos atouts et nos capacités actuels.

Nous pensons que ces plateformes vont renforcer notre cœur de métier et nous permettront de concrétiser nos ambitions de croissance à long terme. Nous avons recours à la technologie pour travailler de manière plus flexible afin d'offrir de meilleures solutions et de la valeur à nos clients et à nos consommateurs de par le monde. Nos collaborateurs talentueux et notre engagement en faveur de l'innovation nous aideront à générer de la croissance.

Engagement en faveur d'un Monde meilleur

Nous sommes déterminés à construire une entreprise faite pour durer. Pour ce faire, nous avons besoin d'un environnement sain et de communautés prospères. Via nos Objectifs de Développement Durable 2025, nous nous engageons à construire un monde meilleur pour toutes nos parties prenantes, tout en créant également de la valeur pour notre entreprise.

En 2019, nous avons continué à soutenir nos producteurs via le développement agricole, en travaillant avec plus de 20 000 agriculteurs répartis dans 13 pays pour cultiver l'orge, le froment, le manioc, le houblon, le maïs, le riz et le sorgho de la meilleure qualité. Nous nous sommes fixé un objectif ambitieux : 100 % de nos producteurs directs seront qualifiés, connectés et indépendants financièrement d'ici 2025. Aujourd'hui, 50 % d'entre eux sont qualifiés, 45 % sont connectés et 35 % sont financièrement indépendants.

Le changement climatique impacte notre entreprise et les communautés au sein desquelles nous vivons et travaillons. Nous nous sommes engagés à ce que 100 % de l'électricité que nous achetons au niveau mondial provienne de sources renouvelables d'ici à 2025. Aujourd'hui, 61 % du volume d'électricité que nous achetons fait l'objet d'un contrat d'énergie renouvelable.

Cette année, nous nous sommes aussi rapprochés de notre ambition de faire de chaque dégustation de bière une expérience positive. Pour soutenir les Objectifs de Développement Durable des Nations Unies et de l'Organisation Mondiale de la Santé, nous avons lancé des programmes pour réduire la consommation nocive d'alcool dans des villes pilotes de nos principaux marchés, en collaboration avec les communautés locales et avec le soutien des autorités locales. Parmi ceux-ci, des projets de sécurité routière novateurs, le recours aux clients mystères pour prévenir la consommation d'alcool chez les mineurs, et le déploiement à grande échelle du « dépistage et d'interventions de courte durée », une enquête simple mais efficace permettant aux agents de santé publique d'identifier les personnes à risque et de prendre des mesures correctives. Les conclusions de ces programmes pilotes sont ouvertes à tous et peuvent être utilisées pour reproduire ces résultats là où les conditions sont similaires.

Nous avons recours à la technologie pour être certains de toujours respecter les normes d'éthique les plus strictes. Notre plateforme de conformité BrewRIGHT, qui a gagné un prix, utilise l'intelligence artificielle de façon innovante pour détecter et prévenir la fraude et la corruption. Nous envisageons la création d'un consortium d'utilisateurs qui contribuerait à une augmentation d'échelle, incontournable pour accélérer le progrès et maximiser l'impact.

Mobiliser notre entreprise au service de l'évolution

C'est une vérité fondamentale : la bière rassemble les gens. Nous sommes le brasseur leader au niveau mondial et tous nos actes sont dictés par notre rêve de réunir les gens pour un monde meilleur.

Brasser les bières les plus appréciées au monde, construire des marques emblématiques et créer des expériences mémorables, c'est ce qui nous motive et nous inspire. Nous nous engageons à ce que la bière fasse partie des meilleurs moments de la vie, et nous nous efforçons de faire en sorte que chaque dégustation de bière soit une expérience positive.

Grâce au travail acharné et à la force de nos collaborateurs, tout est possible. Ensemble, nous générerons une croissance durable et continuerons à réunir les gens durant les 100 prochaines années.

PERSPECTIVES 2020

- (i) **Impact du COVID-19** : L'impact de l'épidémie de COVID-19 sur notre activité continue à évoluer. L'épidémie a fait chuter la demande en Chine, dans l'horeca et à domicile. De plus, la demande au Nouvel an chinois a été inférieure aux années précédentes car la période coïncidait avec le début de l'épidémie. D'après nos estimations, pour les deux premiers mois de 2020, l'épidémie a entraîné une perte de produits d'environ 285 millions d'USD et une perte d'EBITDA d'environ 170 millions d'USD en Chine.
- (ii) **Performance générale** : Nous continuerons à mieux équilibrer la croissance de notre chiffre d'affaires entre croissance du volume et croissance des produits par hl en utilisant le cadre d'extension des catégories dans toutes nos opérations pour atteindre de nouveaux consommateurs avec différents niveaux de prix et styles de bière. Au cours de l'EX20, nous prévoyons une croissance de l'EBITDA entre 2 et 5 %, et la croissance devrait surtout être réalisée au second semestre. Au 1T20, nous nous attendons à un déclin de l'EBITDA d'environ 10% étant donné l'impact de COVID-19 sur nos résultats ainsi que la comparaison difficile, particulièrement au Brésil. Les prévisions pour le 1T20 et l'EX20 reflètent notre évaluation actuelle de la portée et l'ampleur de COVID-19, ce qui peut évoluer tandis que nous continuons à suivre le développement de l'épidémie.
- (iii) **Coûts des Ventes** : Nous prévoyons que les CdV par hl augmentent d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette.
- (iv) **Coûts financiers nets** : Pour l'EX20, le coupon moyen de la dette brute devrait se situer autour de 4,0 %. Les charges nettes d'intérêts liées aux retraites et les charges de désactualisation, y compris les ajustements liés à la norme IFRS 16 (comptabilisation des contrats de location) devraient avoisiner les 180 millions d'USD par trimestre. Les coûts financiers nets continueront de subir l'impact de gains et pertes éventuels liés à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions.
- (v) **Taux d'imposition effectif (TIE)** : Nous prévoyons que le TIE normalisé de l'EX20 se situera entre 27 % et 29 %, en excluant les éventuels gains ou pertes relatifs à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions.
- (vi) **Dépenses nettes d'investissement** : Les dépenses nettes d'investissement de l'EX20 devraient se situer à environ 5,0 milliards d'USD alors que nous augmentons les investissements dans l'innovation et les initiatives axées sur le consommateur.
- (vii) **Endettement** : Environ 40 % de notre dette brute est exprimée en devises autres que le dollar américain, surtout en euro. Notre structure de capital optimale demeure un ratio endettement net / EBITDA aux alentours de 2x.
- (viii) **Dividendes** : Nous nous attendons à une hausse des dividendes au fil du temps, mais la croissance à court terme devrait toutefois être modeste compte tenu de nos engagements en matière de désendettement.

RAPPORT D'ACTIVITÉS

États-Unis

En 2019, nous avons continué à nous focaliser sur notre stratégie commerciale de nous concentrer sur nos consommateurs et de rééquilibrer notre portefeuille par le biais d'innovation et de premiumisation. Nos progrès sur nos cinq priorités commerciales ont résulté en une croissance des produits de 0,5 % et des produits par hl de 2,8 % pendant l'exercice. Au 4T19, les produits ont diminué de 1,8 %, avec une croissance des produits par hl de 0,8 %. Nos produits par hl de l'année et du trimestre ont été impactés par la précocité du calendrier de notre augmentation de prix en 2019, ce qui a eu un impact positif unique d'environ 50 points de base durant l'exercice. Nous estimons que les ventes aux détaillants (VAD) ont diminué de 1,4 % durant l'EX19 et augmenté de 0,4 % au 4T19, la meilleure performance en 15 trimestres, puisque nous continuons de bénéficier de la solide croissance de la catégorie hard seltzer. Les VAD de nos propres produits ont diminué de 2,4 % durant l'EX19, tandis que nos ventes aux grossistes (VAG) ont diminué de 2,3 %. Nos VAD sont restées stables au 4T19 et nos VAG ont reculé de 2,6 %, les VAD et les VAG ayant convergé durant l'exercice.

Notre part de marché totale a diminué, selon nos estimations, de 50 points de base au cours de l'EX19 et de 30 points de base au 4T19, ce qui s'explique principalement par un mix produits dû à la croissance du segment hard seltzer dans la catégorie des boissons maltées alcoolisées (BMA), où nous sommes actuellement sous-représentés. Dans la catégorie bière (hors BMA), nous avons gagné 10 points de part de marché au 4T19 grâce à la performance solide et continue de nos marques above core et à une amélioration de la tendance au sein du segment traditionnel. Au cours de l'EX19, notre part de marché hors BMA a diminué de 10 points de base, soit une amélioration de la tendance de 20 points de base par rapport à l'EX18.

Notre portefeuille above core a gagné 90 points de base de part de marché totale durant l'EX19 et au 4T19, grâce aux fortes performances de Michelob Ultra, Michelob Ultra Pure Gold, notre portefeuille de marques artisanales et notre filière d'innovation. Michelob Ultra poursuit sa croissance à deux chiffres et est aujourd'hui la deuxième plus grande marque du pays en termes de ventes au détail, selon les données IRI. Michelob Ultra Pure Gold a enregistré une croissance à trois chiffres au cours de l'EX19, tandis que notre portefeuille de marques artisanales a progressé de plus de 20 %, gagnant de la part de marché au sein du segment artisanal, d'après l'IRI.

Nous estimons que nos innovations ont, une fois de plus, contribué à hauteur de la moitié du volume total des innovations du secteur, sous l'impulsion de Naturdays, Michelob Ultra Infusions et Natural Light Seltzer.

Selon nos estimations, nos marques traditionnelles ont perdu 140 points de base de part de marché durant l'EX19 et 120 points de base au 4T19, car les consommateurs continuent de se tourner vers des segments plus chers. Dans le segment traditionnel, notre part de marché a perdu 20 points de base au 4T19 et 15 points de base durant l'EX19, par rapport à une perte de 35 points de base au cours de l'EX18, soit une amélioration de la tendance de 20 points de base. Les pertes de part de marché de Bud Light et Budweiser ont été partiellement compensées par des gains de part de marché de notre portefeuille de marques bon marché, grâce à la famille Natural Light (excepté Natural Light Seltzer, qui ne fait pas partie du segment traditionnel).

Le segment hard seltzer suscite l'attrait de nouveaux consommateurs pour la catégorie des boissons maltées et nous augmentons nos investissements dans nos marques pour accélérer notre croissance dans ce segment. Bon Viv et Natural Light Seltzer connaissent une forte progression. En janvier 2020, nous avons ajouté Bud Light Seltzer à notre portefeuille, avec un lancement national fructueux accueilli très favorablement par nos clients et consommateurs. Nous tablons sur notre solide portefeuille, nos compétences brassicoles hors pair et notre excellent réseau de distribution pour accélérer notre élan dans ce segment à croissance rapide.

L'EBITDA a progressé de 1,1 % au cours de l'EX19 avec un accroissement de la marge de 28 points de base à 40,8 %, grâce à un mix de marques favorable et à des efficacités de coûts continues. Au 4T19, l'EBITDA a diminué de 1,6 % en raison de la baisse des VAG qui se sont rapprochés des VAD durant l'exercice, tandis que la marge EBITDA a progressé à 41,6 %.

Mexique

Le Mexique a enregistré cette année une très belle croissance des volumes et des produits ; il s'agit de la sixième année consécutive où nous enregistrons une hausse des volumes, des produits et de l'EBITDA. Durant l'EX19, les produits ont enregistré une hausse à deux chiffres, grâce à la contribution équilibrée d'une croissance à un chiffre dans la moyenne de la fourchette des volumes et des produits par hl, et cette croissance supérieure à l'inflation a été accrue par le mix de marques. La hausse de nos volumes a dépassé la courbe du secteur ce qui a entraîné une croissance continue de notre part de marché. Notre portefeuille de marques a progressé, avec des résultats particulièrement bons dans le segment above core. Au 4T19, nos produits ont progressé d'environ 15 %, les produits par hl ayant augmenté d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette et les volumes progressant d'un chiffre dans le haut de la fourchette.

Nous voulons continuer à développer notre portefeuille en accord avec le cadre d'extension des catégories pour différencier clairement nos marques. Nos marques core continuent à se développer grâce à la solide filière d'innovation, la stratégie de marque cohérente et l'introduction de nouvelles occasions de consommation. Notre portefeuille premium a également contribué significativement à la hausse des volumes et des produits, avec une croissance à deux chiffres des volumes de la famille Modelo, Michelob Ultra, Stella Artois et notre marque artisanale locale, Cucapá.

Début 2019, nous avons signé un contrat avec OXXO, la plus grande chaîne de supérettes du Mexique, pour commencer à vendre notre portefeuille de bières dans son réseau de plus de 17 000 magasins et ainsi atteindre plus de consommateurs à davantage d'occasions. Nous avons développé nos activités dans les régions de Guadalajara et de Mexico City au cours de l'année écoulée, notre portefeuille ayant rapidement atteint une part de marché raisonnable dans les plus de 4 000 magasins où nous sommes présents. Même si les canaux existants ont joué le premier rôle dans notre croissance, notre entrée dans OXXO a également apporté une contribution considérable. Nous avons lancé la prochaine phase de développement en janvier 2020 et notre portefeuille sera progressivement disponible dans tous les magasins OXXO du pays d'ici à fin 2022.

La solide performance des volumes et des produits, la gestion constante et rigoureuse des coûts et la capacité supplémentaire ayant amélioré l'efficacité dans toute notre chaîne d'approvisionnement, ont contribué durant l'EX19 à une croissance à deux chiffres de l'EBITDA, avec un accroissement de la marge de plus de 250 points de base. Au 4T19, l'EBITDA a augmenté légèrement en raison d'une comparaison difficile.

Colombie

Nous avons eu une excellente année en Colombie avec un bon équilibre entre la croissance des volumes et des produits par hl, malgré un environnement plus concurrentiel. Au cours de l'EX19, les produits ont augmenté d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, avec une croissance des produits par hl d'un chiffre dans le bas de la fourchette. Nos volumes totaux ont augmenté d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, avec une croissance conséquente de nos portefeuilles que ce soit pour nos bières ou non-bières, ce qui a généré la plus forte hausse des volumes en Colombie depuis le rapprochement avec SAB. Au 4T19, les produits ont augmenté d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, grâce à la stabilité des produits par hl et à la hausse des volumes d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette des bières et non-bières.

Nous continuons à développer avec succès le segment premium, sous l'impulsion de notre portefeuille de marques mondiales, qui a augmenté de plus de 50 % cette année. A l'autre extrémité de la gamme de prix, nous accueillons de nouveaux consommateurs dans la catégorie grâce à des initiatives d'accessibilité

intelligente, comme le développement de notre pack à partager de bouteilles en verre consignées d'un litre. Notre portefeuille local core a toujours livré de solides résultats durant l'année, sous l'impulsion d'Aguila, qui a enregistré une croissance à deux chiffres et qui a terminé l'année avec une campagne percutante sur la consommation responsable.

Notre portefeuille non-bière affiche une croissance des volumes d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette grâce à l'expansion de Malta Leona et au lancement de notre nouvelle marque d'eau ciblée, Zalva, dont les bénéfices serviront à rétablir des zones humides en Colombie.

Au cours de l'EX19, l'EBITDA a augmenté d'un chiffre dans le haut de la fourchette, avec un accroissement de la marge de plus de 50 points de base. Au 4T19, l'EBITDA a augmenté d'un chiffre dans le bas de la fourchette avec une réduction des marges de 150 points de base. La compression des marges du trimestre a été favorisée par une hausse des frais de distribution car nous avons été confrontés à des contraintes de capacité suite la forte hausse des volumes avant la haute saison. Nous investissons dans nos brasseries pour réduire ces contraintes à l'avenir.

Brésil

Le Brésil a été le principal contributeur à la croissance interne des volumes et des produits enregistrée cette année. Nous avons augmenté nos produits de 7,0 % au cours de l'EX19, avec une hausse totale des volumes de 5,0 %. Les volumes de nos bières ont enregistré une croissance de 3,0 % et les volumes non-bières ont augmenté de 11,2 %. D'après Nielsen, le secteur bière a progressé de 2,4 % et le secteur non-bière de 2,7 %. La croissance des produits par hl de 1,9 % résulte de nos initiatives continues de premiumisation et de la hausse de prix dans notre segment bières, partiellement atténuée par le mix géographique et la pertinence accrue de notre stratégie d'accessibilité intelligente. En outre, nos produits par hl ont été impactés par le mix catégories résultant de la croissance rapide de notre segment non-bières, dont les produits moyens par hl sont moins élevés que ceux du segment bières. Au 4T19, nous avons augmenté nos produits de 2,3 % avec une hausse totale des volumes de 4,5 %. Les volumes de nos bières ont enregistré une croissance de 1,2 % et les volumes non-bières ont augmenté de 16,0 %. D'après Nielsen, le secteur brassicole a progressé de 3,5 %, et le secteur non-bières de 4,5 %. Nos produits par hl ont baissé de 2,1 % au 4T19, le mix de marques favorable ayant été atténué par des initiatives de gestion des revenus tactiques dans notre segment bières pour créer un algorithme plus équilibré entre les volumes et les produits par hl, et par le timing de notre hausse de prix dans notre segment non-bières.

Nous continuons à miser sur une approche de portefeuille pour gagner dans la catégorie premium, puisque notre portefeuille de marques complémentaires nous permet d'atteindre davantage de consommateurs à davantage d'occasions. Durant l'EX19, notre portefeuille premium a enregistré une hausse à deux chiffres, sous l'impulsion de nos marques mondiales et d'offres locales premium, y compris Original et nos marques artisanales. Notre portefeuille de marques mondiales a enregistré une hausse à deux chiffres, alors qu'il partait déjà d'un bon niveau, les trois marques ayant réalisé d'excellents résultats. Beck's, notre allemande pur malt premium, a récemment été ajoutée à notre portefeuille. Elle démarre en force dans les zones où elle a été lancée et nous comptons étendre sa couverture géographique en 2020. Dans le segment core plus, Bohemia accélère la dynamique, et connaît le quatrième trimestre consécutif de croissance à trois chiffres. Notre innovation Skol Puro Malte qui avait été lancée au niveau national en 2019 continue à progresser rapidement, permettant aux volumes de la famille Skol de se stabiliser pendant l'EX19 et d'augmenter au cours du 4T19. Notre stratégie d'accessibilité intelligente continue de gagner du terrain, grâce au succès de nos marques régionales Nossa, Magnífica et Legítima, chacune de ces marques ayant permis de gagner des parts de marché non négligeables dans les États où elles ont été lancées, et Magnífica est la première marque du segment bon marché dans l'État de Maranhão. Ces marques, proposées à un prix abordable et brassées avec des ingrédients locaux, entraînent une hausse des volumes et de la rentabilité en renforçant notre présence dans les pays.

Pendant l'EX19, l'EBITDA a diminué de 4,4 %, avec une réduction de la marge de 489 points de base à 41,1 %. Ceci s'explique par une augmentation des coûts des ventes due à une hausse des prix des matières premières et à la dévaluation de la devise des transactions, qui a freiné la croissance de notre EBITDA d'environ 300 points de base et de notre marge EBITDA de 135 points de base. Notre marge EBITDA a aussi été impactée par le poids plus élevé des bouteilles consignées et des canettes en aluminium dans notre mix d'emballages alors que nous visons à répondre aux besoins des consommateurs à des occasions plus diversifiées et plus premium. Au 4T19, l'EBITDA a perdu 6,3 % pour atteindre 45,5 %, avec une compression des marges de 418 points de base.

Afrique du Sud

Notre activité en Afrique du Sud a enregistré une performance équilibrée des volumes et des produits, les produits affichant une croissance à un chiffre dans la moyenne de la fourchette grâce à une hausse des produits par hl d'un chiffre dans le bas de la fourchette et à une croissance des volumes à un chiffre dans la moyenne de la fourchette. Ces résultats ont été atteints malgré un contexte macroéconomique qui reste difficile avec des consommateurs qui restent sous pression. Nous avons clôturé l'année par un excellent quatrième trimestre avec une croissance à deux chiffres des produits et une croissance des volumes à un chiffre dans la moyenne de la fourchette. Les produits par hl ont augmenté d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, profitant d'un mix de marques positif grâce à la croissance de notre portefeuille premium et des initiatives de gestion des revenus.

Nous continuerons à développer la catégorie bière et estimons avoir gagné plus de 200 points de base de la part de consommation totale d'alcool. Le segment premium, où nous nous situons en dessous de l'indice de référence, continue à se développer plus vite que l'ensemble du secteur. Nous avons atteint notre record de part de marché dans ce segment en 2019, nos marques premium continuant de surpasser les performances du secteur, surtout Corona. Nos boissons maltées aromatisées aussi ont réalisé d'excellents résultats cette année, avec une croissance à deux chiffres, sous l'impulsion de Brutal Fruit et Flying Fish. Nous avons amélioré notre stratégie d'accessibilité intelligente en Afrique du Sud pour s'assurer que notre portefeuille propose des produits abordables pour davantage de consommateurs, vu le contexte macroéconomique difficile.

L'EBITDA a diminué d'un chiffre dans le haut de la fourchette cette année, avec une compression des marges de plus de 600 points de base. La forte croissance des volumes et des produits a été plus qu'atténuée par l'augmentation des coûts des ventes par hl en raison de vents contraires des produits de base et des effets de change ainsi que des importantes hausses des investissements de marketing pour soutenir la croissance de notre portefeuille de marques premium et nos programmes on-trade. Au 4T19, l'EBITDA a diminué d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, avec une contraction des marges proche de 700 points de base, la forte croissance des volumes et des produits ayant été plus qu'atténuée par nos investissements marketing et par des contraintes de la chaîne logistique liées à des pannes de courant.

Chine

Les produits ont augmenté de 3,3 % durant l'EX19, la premiumisation ayant entraîné une croissance des produits par hl de 6,5 %, partiellement atténuée par une baisse de 3,0 % des volumes. Au 4T19, les produits ont baissé de 2,7 %, la croissance des produits par hl de 4,2 % ayant été plus qu'atténuée par la baisse des volumes de 6,6 %. Au cours du trimestre, les résultats en termes de volume ont été impactés par les faibles résultats du canal de la vie nocturne, où notre portefeuille occupe une position de leader, et par une comparaison difficile. Durant l'EX19, nous estimons avoir gagné de la part de marché dans chaque canal. Toutefois notre part de marché globale a baissé d'environ 50 points de base, dû à un changement dans le mix, étant donnée notre position dans le canal de la vie nocturne.

Nos marques super premium ont maintenu une solide progression à deux chiffres pendant l'exercice et le quatrième trimestre, grâce notamment à Corona, Blue Girl et Hoegaarden. Nous estimons que Corona est la marque numéro un dans le segment super premium. Blue Girl, qui est venue étoffer notre portefeuille en mai 2019, est l'une des marques super premium affichant la croissance la plus rapide, avec un bon niveau.

Hoegaarden a sensiblement augmenté ses volumes au cours de l'EX19, en tant que bière de froment leader et connaît la progression la plus rapide en Chine. Nous restons en tête de la catégorie bière dans l'e-commerce, qui a enregistré cette année une belle croissance à deux chiffres. Lors de la campagne e-commerce Double-11 en novembre, le plus grand événement e-commerce en Chine, Budweiser était la marque numéro un et Corona, Hoegaarden et Harbin figuraient également parmi les cinq plus grandes marques de bière en termes de valeur des ventes au détail, sur les plateformes Tmall et JD.

Les résultats de Budweiser ont reculé d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette au cours de l'EX19, en raison des faibles résultats du canal de la vie nocturne au deuxième semestre, Budweiser étant la marque leader dans ce canal. Budweiser reste néanmoins la marque numéro un dans le segment premium et nous avons fait d'autres investissements commerciaux pour accélérer le développement de la marque dans d'autres canaux.

Pendant l'EX19, l'EBITDA a augmenté de 17,0 %, avec un accroissement de la marge de 440 points de base. Ceci grâce à un bon mix de marques, à la gestion constante et rigoureuse des coûts et aux initiatives de localisation qui ont aidé à contrebalancer le recul enregistré dans le canal de la vie nocturne, un de nos canaux les plus rentables. Au 4T19, l'EBITDA a progressé de 10,1 %, avec un accroissement des marges de 323 points de base, malgré une comparaison difficile.

Faits marquants sur nos autres marchés

Au **Canada**, les produits ont diminué d'un chiffre dans le bas de la fourchette au cours de l'EX19 et ont été à peu près stables au 4T19, en raison d'une baisse des volumes due à la faiblesse du secteur de la bière. Ceci a été partiellement compensé par une hausse des produits par hl, grâce au mix de marques favorable de notre stratégie de premiumisation. Notre Entreprise haut de gamme continue de gagner de la part du segment premium, grâce à des gains de part de marché réalisés par nos marques premium d'importation, dont Corona et Hoegaarden, et à la croissance sensible des volumes de notre portefeuille artisanal. Dans le segment core, Bud Light a gagné de la part de marché durant l'EX19 pour la 24^e année consécutive, et dans le segment core plus, Michelob Ultra reste la marque de bière qui affiche la progression la plus rapide du pays.

Au **Pérou**, les produits de nos activités ont progressé d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, avec une baisse des volumes d'un chiffre dans le bas de la fourchette, plus que compensée par la croissance des produits par hl d'un chiffre dans le haut de la fourchette enregistrée pendant l'EX19. La forte progression des produits par hl a été favorisée par des initiatives de gestion des revenus et un mix de marques favorable lié à la croissance de nos marques mondiales. Compte tenu de l'environnement de consommation difficile, nous avons lancé une nouvelle marque appelée Golden, dans le cadre de notre stratégie d'accessibilité intelligente. La Golden est brassée à base d'ingrédients ayant une grande pertinence culturelle pour renforcer nos liens avec l'agriculture locale et démarre en force.

En **Équateur**, les produits ont diminué d'un chiffre dans le bas de la fourchette, suite à une baisse des volumes d'un chiffre dans le bas de la fourchette, qui a atténué la croissance des produits par hl d'un chiffre dans le bas de la fourchette. Si nos marques mondiales ont continué à bien se porter avec une hausse des volumes à deux chiffres, un environnement de consommation plus faible a impacté la catégorie bière toute l'année. En réponse, nous améliorons notre offre dans une large gamme de prix pour proposer aux consommateurs des choix abordables au sein de la catégorie bière.

En **Argentine**, les volumes ont diminué d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette durant l'EX19, en raison de la baisse de la consommation due aux conditions macroéconomiques difficiles. Nos produits et nos produits par hl affichent une croissance à deux chiffres dans un contexte hautement inflationniste. Malgré l'environnement de consommation difficile et l'impact de phasing avant une hausse de prix en octobre, nous avons enregistré au 4T19 une légère hausse des volumes grâce à nos investissements dans notre solide portefeuille de marques. Nos marques premium ont enregistré de bons résultats et ont gagné de la part de marché dans le segment, notamment grâce à nos marques mondiales et notre marque

premium locale, Patagonia. Notre championne locale dans le segment core plus, Andes Origen, affiche une croissance à deux chiffres. Notre stratégie d'accessibilité intelligente continue de gagner du terrain, grâce à nos innovations d'emballage comme la bouteille en verre consignée de 340 ml.

Au sein de la zone EMEA, **l'Europe** a augmenté ses volumes d'un chiffre dans le bas de la fourchette pendant l'EX19 et au 4T19, la hausse des volumes étant partiellement atténuée par la baisse des produits par hl suite à l'élargissement de notre portefeuille dans davantage de segments de prix. Nous estimons avoir gagné des parts de marché sur tous nos marchés durant l'exercice, avec des gains particulièrement importants en France et aux Pays-Bas après des lancements de Budweiser fructueux. Budweiser est aujourd'hui notre marque affichant la croissance la plus élevée en Europe. Au Royaume-Uni, nous continuons d'afficher une hausse des produits sur la base de nos volumes, grâce à la croissance constante de nos marques mondiales, surtout la croissance à deux chiffres de Corona. L'EBITDA a diminué durant l'exercice et le trimestre, la croissance des produits ayant été atténuée par les investissements marketing pour le lancement de nouvelles marques, une hausse des coûts des ventes par hl liée au prix des produits de base et l'impact des changements de mise sur le marché qui nous permettent de distribuer directement dans les pays clés en Europe. En outre, la forte augmentation des volumes a entraîné des problèmes de capacité et une hausse des coûts de distribution. Nous investissons dans notre capacité pour réduire ces problèmes. En **Afrique** hors Afrique du Sud, les volumes ont sensiblement augmenté en Zambie et en Ouganda pendant l'année et le trimestre, alors que les volumes ont baissé en Tanzanie et en Mozambique pendant les deux périodes. Au Nigeria, notre volume a enregistré une croissance à deux chiffres durant l'exercice en continuant à gagner des parts de marché. Au 4T19, les volumes ont augmenté d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette malgré une comparaison difficile liée à l'ouverture de notre quatrième brasserie l'an dernier.

Notre activité en **Corée du Sud** a connu une année et un trimestre difficiles, avec des produits et des volumes en baisse. Le résultat s'explique par le recul du secteur, reflet de la morosité des consommateurs. Fin octobre 2019, nous avons annulé la hausse des prix intervenue en avril 2019 pour redynamiser le secteur de la bière pendant le ralentissement économique. Notre portefeuille premium a poursuivi sa progression durant l'année, grâce à Stella Artois et Budweiser.

COMPTE DE RÉSULTATS CONSOLIDÉ

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

	EX18 Retraité	EX19	Croissance interne
Produits	53 041	52 329	4.3%
Coûts des ventes	-19 933	-20 362	-7.4%
Marge brute	33 108	31 967	2.4%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-16 807	-16 421	-3.6%
Autres produits/(charges) d'exploitation	805	875	12.2%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents	17 107	16 421	1.7%
Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	- 692	- 323	
Produits/(coûts) financiers nets	-6 844	-4 355	
Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents	-1 982	882	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	153	152	
Impôts sur le résultat	-2 585	-2 786	
Bénéfice des activités poursuivies	5 157	9 990	
Bénéfice des activités abandonnées	531	424	
Bénéfice	5 688	10 414	
Bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires	1 318	1 243	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	4 370	9 171	
EBITDA normalisé	21 732	21 078	2.7%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	6 248	8 086	

	4T18 Retraité	4T19	Croissance interne
Produits	13 792	13 334	2.5%
Coûts des ventes	-5 063	-5 269	-9.1%
Marge brute	8 728	8 065	-1.5%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-4 086	-4 149	-7.5%
Autres produits/(charges) d'exploitation	193	213	5.6%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents	4 836	4 128	-8.6%
Eléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	- 449	- 166	
Produits/(coûts) financiers nets	-2 162	-2 309	
Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents	- 893	- 899	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	27	58	
Impôts sur le résultat	- 678	- 454	
Bénéfice des activités poursuivies	683	359	
Bénéfice des activités abandonnées	157	114	
Bénéfice	840	474	
Bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires	384	360	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	456	114	
EBITDA normalisé	6 018	5 343	-5.5%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 405	962	

Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT

Tableau 4. Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT (millions d'USD)

	4T18 Retraité	4T19	EX18 Retraité	EX19
Restructuration	- 180	- 85	- 363	- 170
Coûts des acquisitions encourus dans le cadre des regroupements d'entreprises	- 23	12	- 73	- 23
Cession d'activités et vente d'actifs (pertes de valeur incluses)	- 16	- 19	- 26	- 50
Provision enquête UE	- 230	-	- 230	-
Coût lié à l'offre publique d'une participation minoritaire dans Budweiser APAC	-	-	-	- 6
Régularisation Fiscale au Brésil	-	- 74	-	- 74
Impact sur le résultat d'exploitation	- 449	- 166	- 692	- 323

Le bénéfice d'exploitation normalisé ne comprend pas les éléments négatifs non-récurrents de 323 millions d'USD de l'EX19 et de 166 millions d'USD du 4T19, essentiellement liés aux coûts uniques relatifs à l'intégration de SAB.

Revenus/(coûts) financiers nets

Tableau 5. Produits/(coûts) financiers nets (millions d'USD)

	4T18 Retraité	4T19	EX18 Retraité	EX19
Charges nettes d'intérêts	- 912	- 932	-3 785	-3 739
Charges d'intérêts nettes liées aux pensions	- 23	- 24	- 94	- 95
Charges de désactualisation	- 168	- 195	- 511	- 650
Ajustements à la valeur de marché	- 900	- 774	-1 774	898
Autres résultats financiers	- 160	- 384	- 680	- 769
Produits/(coûts) financiers nets	-2 162	-2 309	-6 844	-4 355

Les coûts financiers nets ont été impactés par des gains et des pertes évalués à la valeur de marché liées à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions. 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 dans le tableau 6 ci-dessous.

Tableau 6. Couverture des paiements fondés sur des actions

	4T18 Retraité	4T19	EX18 Retraité	EX19
Prix de l'action au début de la période (Euro)	75.22	87.42	93.13	57.70
Prix de l'action à la fin de la période (Euro)	57.70	72.71	57.70	72.71
Nombre d'instruments de fonds propres (millions) à la fin de la période	46.9	54.0	46.9	54.0

Revenus/(coûts) financiers nets non-récurrents

Tableau 7. Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents (millions d'USD)

	4T18 Retraité	4T19	EX18 Retraité	EX19
Ajustement à la valeur de marché (regroupement avec Grupo Modelo)	- 445	- 385	- 873	445
Autres ajustements à la valeur de marché	- 432	- 374	- 849	433
Remboursement anticipé d'obligations et autres	- 16	- 140	- 260	4
Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents	- 893	- 899	-1 982	882

Les coûts financiers nets non-récurrents comprennent des pertes évaluées à la valeur de marché résultant des instruments dérivés conclus pour couvrir les actions émises dans le cadre des rapprochements avec Grupo Modelo et SAB.

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 dans le tableau 8.

Tableau 8. Instruments non-récurrents dérivés sur fonds propres

	4T18 Retraité	4T19	EX18 Retraité	EX19
Prix de l'action au début de la période (Euro)	75.22	87.42	93.13	57.70
Prix de l'action à la fin de la période (Euro)	57.70	72.71	57.70	72.71
Nombre d'instruments de fonds propres (millions) à la fin de la période	45.5	45.5	45.5	45.5

Impôts sur le résultat

Tableau 9. Impôts sur le résultat (millions d'USD)

	4T18 Retraité	4T19	EX18 Retraité	EX19
Charges d'impôts	678	454	2 585	2 786
Taux d'impôts effectif	50.8%	59.6%	34.1%	22.1%
Taux d'impôts effectif normalisé	33.0%	24.5%	27.5%	23.0%
Taux d'impôts effectif normalisé hors ajustements à la valeur de marché	24.7%	17.2%	23.4%	24.9%

La hausse de notre TIE normalisé de l'EX19, hors gains et pertes évalués à la valeur de marché liés à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions, s'explique essentiellement par le mix pays. La baisse de notre TIE normalisé au 4T19, hors gains et pertes évalués à la valeur de marché liés à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions, est surtout imputable à la hausse du rendement des intérêts sur les capitaux propres au Brésil.

Bénéfice, bénéfice normalisé et bénéfice sous-jacent

Tableau 10. Bénéfice normalisé et sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev (millions d'USD)

	4T18 Retraité	4T19	EX18 Retraité	EX19
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	456	114	4 370	9 171
Eléments non-récurrents, avant impôts	449	166	692	323
(Produits)/coûts financiers nets non-récurrents, avant impôts	893	899	1 982	- 882
Impôts non-récurrents	- 203	8	- 233	6
Eléments non-récurrents attribuable aux intérêts minoritaires	- 32	- 111	- 32	- 108
Bénéfice des activités abandonnées	- 157	- 114	- 531	- 424
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 405	962	6 248	8 086
Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 306	1 729	8 099	7 196

BPA de base, normalisé et sous-jacent

Tableau 11. Bénéfice par action (USD)

	4T18 Retraité	4T19	EX18 Retraité	EX19
Bénéfice de base par action	0.23	0.06	2.21	4.62
Eléments non-récurrents, avant impôts	0.23	0.08	0.35	0.16
(Produits)/coûts financiers nets non-récurrents, avant impôts	0.45	0.45	1.00	- 0.44
Impôts non-récurrents	- 0.10	-	- 0.12	-
Eléments non-récurrents attribuable aux intérêts minoritaires	- 0.02	- 0.05	- 0.01	- 0.05
Bénéfice des activités abandonnées	- 0.08	- 0.06	- 0.27	- 0.21
Bénéfice normalisé par action	0.71	0.48	3.16	4.08
BPA sous-jacent	1.17	0.87	4.10	3.63

Tableau 12. Composantes clés du Bénéfice normalisé et BPA sous-jacent par action (USD)

	4T18 Retraité	4T19	EX18 Retraité	EX19
EBIT normalisé hors hyperinflation	2.44	2.08	8.78	8.34
Impacts d'hyperinflation dans l'EBIT normalisé	0.01	-	- 0.11	- 0.06
EBIT normalisé	2.45	2.08	8.66	8.28
Ajustement à la valeur de marché (couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions)	- 0.46	- 0.39	- 0.90	0.45
Coûts financiers nets	- 0.64	- 0.77	- 2.57	- 2.65
Impôts sur le résultat	- 0.45	- 0.22	- 1.43	- 1.40
Associés et intérêts minoritaires	- 0.20	- 0.22	- 0.61	- 0.60
Bénéfice normalisé par action	0.71	0.48	3.16	4.08
Ajustement à la valeur de marché (couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions)	0.46	0.39	0.90	- 0.45
Impacts d'hyperinflation dans le BPA	-	-	0.04	-
BPA sous-jacent	1.17	0.87	4.10	3.63

Adoption du traitement comptable de l'hyperinflation en Argentine

Suite à l'atteinte d'un taux d'inflation cumulé sur trois ans supérieurs à 100 %, nous rapportons les résultats de l'Argentine en appliquant le traitement comptable de l'hyperinflation, à compter de la publication des résultats du 3T18.

Au 4T18 et au 4T19 ainsi qu'au cours de l'EX18 et de l'EX19, l'impact de l'hyperinflation sur nos produits et notre EBITDA normalisé est présenté au tableau 13:

Tableau 13. Impacts d'hyperinflation (millions d'USD)

Produits	4T18	4T19	EX18	EX19
Indexation ⁽¹⁾	152	112	258	211
Taux de clôture ⁽²⁾	40	- 43	- 568	- 284
Total	192	69	- 310	- 73

EBITDA normalisé	4T18	4T19	EX18	EX19
Indexation ⁽¹⁾	70	47	108	89
Taux de clôture ⁽²⁾	- 3	- 20	- 272	- 131
Total	68	27	- 164	- 43

USDARS taux de change moyen	26.5209	47.1963
USDARS taux de change à la clôture	37.8079	59.8907

(1) Indexation calculée au taux de change à la clôture

(2) L'impact de l'hyperinflation au niveau de la variation des devises est calculé comme la différence entre la conversion des chiffres rapportés en peso argentin (ARS) au taux de change à la clôture comparé au taux de change moyen de chaque exercice

La norme IFRS (IAS 29) implique 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 (c.-à-d. au 31 décembre 2019 et 2018 au cours de clôture pour les résultats de l'EX19 et de l'EX18 respectivement).

Les résultats du 4T sont calculés en déduisant les résultats des 9M des résultats de l'EX tels que publiés. Par conséquent, les résultats du 4T19 de l'Amérique du Sud ont été impactés positivement par le retraitement des résultats des 9M comme suit :

Amérique du Sud 9M19 rapporté ⁽¹⁾	9M18 Retraité	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M19
Produits	6 926	12	- 812	698	6 824
Coûts des ventes	-2 646	23	323	- 544	-2 843
Marge brute	4 279	35	- 488	154	3 981
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-2 212	33	248	- 134	-2 065
Autres produits/(charges) d'exploitation	203	- 6	- 10	- 50	138
EBIT normalisé	2 269	62	- 248	- 29	2 054
EBITDA normalisé	3 020	62	- 339	22	2 765

Amérique du Sud 9M19 retraité aux taux de l'EX19 ⁽²⁾	9M18 Retraité	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M19
Produits	7 119	11	- 985	753	6 897
Coûts des ventes	-2 713	23	378	- 550	-2 861
Marge brute	4 405	34	- 607	203	4 036
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-2 266	33	298	- 151	-2 085
Autres produits/(charges) d'exploitation	194	- 6	- 4	- 55	131
EBIT normalisé	2 332	61	- 311	- 1	2 082
EBITDA normalisé	3 101	61	- 420	52	2 795

Impact du retraitement 9M19 dans les résultat du 4T ⁽³⁾	9M18 Retraité	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M19
Produits	193	- 1	- 173	55	73
Coûts des ventes	- 67	0	55	- 6	- 18
Marge brute	126	- 1	- 119	49	55
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 54	0	50	- 17	- 20
Autres produits/(charges) d'exploitation	- 9	-	6	- 5	- 7
EBIT normalisé	63	- 1	- 63	28	28
EBITDA normalisé	81	- 1	- 81	30	30

(1) Résultats des 9M de l'Amérique du Sud avec les résultats de l'Argentine rapportés en peso argentin (ARS), retraités pour refléter le pouvoir d'achat de septembre à ce jour, convertis aux taux de change à la clôture des 9M de 40.8965 pour les résultats des 9M18 et de 57.5593 pour les résultats des 9M19 (tels que rapportés le 25 octobre 2019)

(2) Résultats des 9M de l'Amérique du Sud avec les résultats de l'Argentine rapportés en peso argentin (ARS), retraités pour refléter le pouvoir d'achat de décembre à ce jour, convertis aux taux de change à la clôture de l'EX19 de 37.8079 pour les résultats de l'EX18 et de 59.8907 pour les résultats de l'EX19

(3) L'impact du retraitement des résultats des 9M sur les résultats du 4T est calculé comme la différence entre (2) et (1) ci-dessus.

Le retraitement des résultats des 9M sur base du pouvoir d'achat de décembre et du taux de change à la clôture de l'EX a eu un impact positif de 55 millions d'USD sur les produits et de 30 millions sur l'EBITDA normalisé sur la croissance interne rapportée pour l'EX19 et sur les résultats rapportés du 4T19.

Dans le cadre de la présentation des résultats du 4T19, ces impacts n'ont pas été pris en compte dans le calcul interne, mais sont indiqués séparément dans les annexes des résultats du 4T19 dans la colonne intitulée « 9M retraité pour l'hyperinflation ». Les taux de croissance interne correspondant au 4T19 sont calculés en tenant compte de la « croissance interne » rapportée dans les annexes sur la base des résultats retraités du 4T18 ajustés au retraitement des résultats des 9M18.

En outre, la norme IAS 29 implique de retraiter des actifs et passifs non monétaires comptabilisés au coût historique dans le bilan de nos activités au sein des économies hyperinflationnistes en utilisant des indices d'inflation, de rapporter l'hyperinflation qui en résulte via le compte de résultats dans un poste spécifique dédié aux ajustements monétaires liés à l'hyperinflation dans les coûts financiers et de présenter les éventuels impôts différés sur ces ajustements.

Au cours de l'EX19, nous avons présenté un ajustement monétaire de 86 millions d'USD rapporté dans les coûts financiers, un impact négatif sur le bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev de 11 millions d'USD. Il n'y a eu aucun impact sur le BPA normalisé de l'EX19 et du 4T19.

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

	4T18	4T19	EX18	EX19
	Retraité		Retraité	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	456	114	4 370	9 171
Intérêts minoritaires	384	360	1 318	1 243
Bénéfice	840	474	5 688	10 414
Bénéfice des activités abandonnées	- 157	- 114	- 531	- 424
Bénéfice des activités poursuivies	683	359	5 157	9 990
Impôts sur le résultat	678	454	2 585	2 786
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	- 27	- 58	- 153	- 152
(Produits)/coûts financiers nets	2 162	2 309	6 844	4 355
(Produits)/coûts financiers nets non-récurrents	893	899	1 982	- 882
Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT (dépréciations non-récurrentes incluses)	449	166	692	323
EBIT Normalisé	4 836	4 128	17 107	16 421
Amortissements et dépréciations	1 182	1 215	4 624	4 657
EBITDA Normalisé	6 018	5 343	21 732	21 078

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

L'EBITDA normalisé est calculé sans tenir compte des effets suivants du bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev : (i) intérêts minoritaires; (ii) résultats des 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 FINANCIÈRE

Tableau 15. Tableau des flux de trésorerie consolidé (millions d'USD)

	EX18 Retraité	EX19
Activités opérationnelles		
Bénéfice	5 157	9 990
Intérêts, impôts et éléments non-cash inclus dans le bénéfice	16 070	11 029
Flux de trésorerie d'exploitation avant les changements du fonds de roulement et de l'utilisation des provisions	21 227	21 019
Changement du fonds de roulement	477	- 5
Contributions aux plans et utilisation des provisions	- 487	- 715
Intérêts et impôts (payés)/reçus	-7 177	-7 063
Dividendes reçus	141	160
Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles	14 181	13 396
Activités d'investissement		
Dépenses d'investissement nettes	-4 568	-4 854
Acquisition et cession de filiales, sous déduction de la trésorerie acquise/cédée	173	- 252
Produits nets de cessions d'obligations à court terme	1 296	- 9
Produits des cessions dans le cadre du rapprochement avec SAB, après impôts	- 430	-
Autre	- 328	42
Flux de trésorerie provenant d'activités d'investissement	-3 857	-5 073
Activités de financement		
Dividendes payés	-7 761	-5 015
(Remboursement)/émissions d'emprunts	-4 707	-8 008
Produits de l'offre publique d'une participation minoritaire dans Budweiser APAC	-	5 575
Paiements en vertu des contrats de location	- 423	- 441
Autre (incluant les acquisitions d'intérêts minoritaires)	-1 436	- 623
Flux de trésorerie provenant des activités de financement	-14 327	-8 512
Augmentation/(diminution) de la trésorerie et équivalents de trésorerie provenant des activités poursuivies	-4 003	- 189
Augmentation/(diminution) de la trésorerie et équivalents de trésorerie provenant des activités abandonnées	755	539

Notre flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles a atteint 13,4 milliards d'USD en 2019 alors qu'il était de 14,2 milliards d'USD en 2018, ce qui s'explique essentiellement par un fonds de roulement plus stable et par la hausse de l'utilisation des provisions en 2019 par rapport à 2018. Cette hausse de l'utilisation des provisions s'explique principalement par le paiement unique de 226 millions de dollars en 2019 en lien avec l'Enquête de la Commission européenne annoncée en 2018.

Le flux de trésorerie utilisé pour les activités d'investissement s'élevait à 5,1 milliards d'USD en 2019, comparé à un flux de trésorerie sortant de 3,9 milliards d'USD en 2018. La hausse des flux de trésorerie sortants provenant des investissements s'explique surtout par la baisse du produit de la vente de titres d'emprunt à court terme. Le flux de trésorerie utilisé pour les activités d'investissement en 2018 a été impacté négativement par les paiements liés au rachat des droits de distribution de Budweiser en Argentine et par les paiements des cessions liées à SAB qui n'ont pas été renouvelées en 2019.

Nos dépenses d'investissement nettes s'élevaient à 4,9 milliards d'USD en 2019 et à 4,6 milliards d'USD en 2018. Environ 42 % des dépenses d'investissement totales de 2019 ont été utilisées pour améliorer les équipements de production de l'entreprise, 43 % ont été consacrées à des investissements logistiques et commerciaux et 15 % ont servi à l'amélioration des capacités administratives et à l'acquisition de matériel informatique et de logiciels.

Le flux de trésorerie sortant provenant de nos activités de financement s'élevait à 8,5 milliards d'USD en 2019, par rapport à un flux de trésorerie sortant de 14,3 milliards d'USD en 2018. Le produit net de l'introduction en Bourse d'une participation minoritaire de notre activité en Asie-Pacifique pour 5 575 millions d'USD (Budweiser APAC) a été affecté au remboursement de la dette.

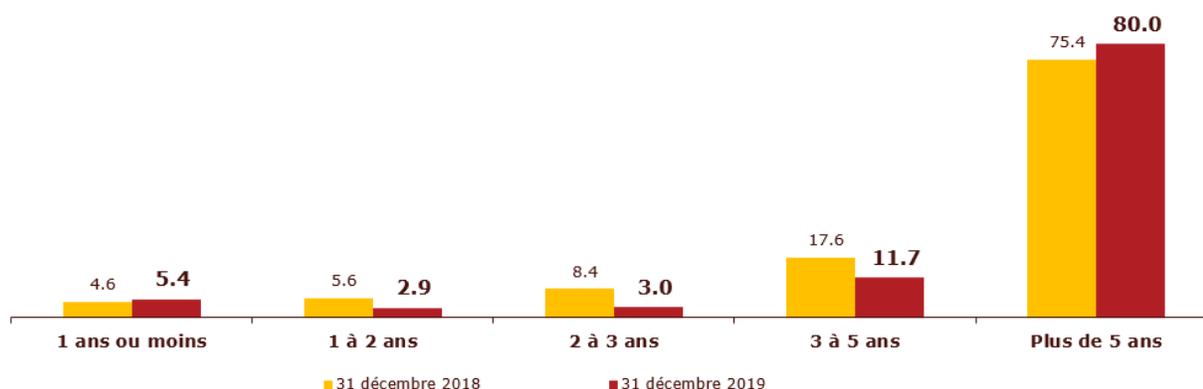
Notre dette nette a été retraitée pour refléter l'impact de l'adoption de la norme IFRS 16 et s'élevait à 95,5 milliards d'USD au 31 décembre 2019, contre 104,2 milliards d'USD au 31 décembre 2018. En tenant compte des produits attendus de la cession des activités Australiennes, notre dette nette serait de 84,6 milliards d'USD au 31 décembre 2019.

Le ratio endettement net/EBITDA normalisé a diminué à 4,0x pour la période de 12 mois se terminant le 31 décembre 2019 (en tenant compte des produits attendus de la cession des activités australiennes, mais en excluant l'EBITDA provenant des activités australiennes des 12 derniers mois), alors qu'il était de 4,6x pour la période de 12 mois se terminant le 31 décembre 2018. Nous maintenons notre engagement vers un désendettement autour de 2x et nous donnerons la priorité au remboursement de la dette pour atteindre cet objectif.

Nous continuerons de gérer de manière proactive notre portefeuille de dettes, dont 91 % sont à taux fixe, 40 % sont actuellement exprimés en devises autres que l'USD, et dont les échéances sont bien réparties sur les prochaines années.

Outre un profil d'échéance confortable de la dette et une solide génération de liquidités, nous avons maintenu plus de 16 milliards d'USD de trésorerie et de liquidités provenant de lignes de crédit renouvelables., dont 9,0 milliards d'USD sous la forme de lignes de crédit accordées à long terme et 7,0 milliards d'USD de trésorerie, d'équivalents de trésorerie et de placements à court terme dans des titres d'emprunt.

Tableau 16. Echancier de remboursement des dettes au 31 décembre 2018 (milliards d'usd)



SOLDE DE DIVIDENDE PROPOSÉ

Calendrier des dividendes

	Date ex-coupon	Date d'enregistrement	Date de paiement
Euronext: ABI	05 mai 2020	06 mai 2020	07 mai 2020
MEXBOL: ANB	05 mai 2020	06 mai 2020	07 mai 2020
JSE: ANH	06 mai 2020	08 mai 2020	11 mai 2020
NYSE: BUD (programme ADR)	05 mai 2020	06 mai 2020	04 juin 2020
Actions restreintes	05 mai 2020	06 mai 2020	07 mai 2020

Le Conseil d'administration d'AB InBev propose un solde de dividende de 1,00 EUR par action, sous réserve de l'approbation des actionnaires à l'AGA prévue le 29 avril 2020. Combiné à l'acompte sur dividende de 0,80 EUR par action versé en Novembre 2019, le dividende total pour l'exercice 2019 atteindrait 1,80 EUR par action.

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 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 la société. Les impacts sur la croissance interne résultant du retraitement des résultats des 9M19 pour refléter l'hyperinflation sur la base du pouvoir d'achat de décembre et du taux de change à la clôture de l'EX19 sont présentés séparément aux annexes du 4T19 dans la colonne intitulée « retraitement lié à l'hyperinflation » et ne sont pas pris en compte dans les taux de croissance interne du 4T19.

AB InBev a retraité ses résultats 2018 en tenant compte des nouvelles règles IFRS relatives au traitement comptable des contrats de location comme si la société avait appliqué la nouvelle norme à compter du 1er janvier 2018 et de la nouvelle structure organisationnelle de la société en vigueur depuis le 1er janvier 2019, et après l'annonce de l'accord de cession de Carlton & United Breweries (« les activités australiennes »), sa filiale australienne, à Asahi Group Holdings, Ltd. AB InBev présente les activités australiennes comme des activités abandonnées dans une ligne séparée des états financiers consolidés « bénéfiques provenant des activités abandonnées » conformément aux règles IFRS. Cette présentation correspond à « 2018 Retraité ». Par conséquent, les présentations de la performance sous-jacente d'AB InBev et des chiffres de croissance interne ne reflètent pas toutes les résultats des activités australiennes.

AB InBev a mis à jour son information par segment 2018 aux fins de la publication des résultats. Cette présentation, qui a été mise à jour après la publication des chiffres dans nos résultats du premier trimestre, du premier semestre et des 9 premiers mois, correspond aux « Chiffres 2018 retraités » et comprend, à des fins de comparaison et pour faciliter la compréhension de la performance sous-jacente d'AB InBev, (i) la nouvelle structure organisationnelle de la société en vigueur depuis le 1er janvier 2019, (ii) l'impact du traitement comptable de l'hyperinflation pour les activités argentines comme si la société avait appliqué le traitement comptable de l'hyperinflation à compter du 1er janvier 2018, (iii) les résultats retraités en tenant compte des nouvelles règles IFRS relatives au traitement comptable des contrats de location comme si la société avait appliqué la nouvelle norme dès le 1er janvier 2018 et (iv) les résultats retraités sans tenir compte des activités australiennes qui sont présentées en tant qu'activités abandonnées en vigueur à partir du 1er janvier 2018.

Les références données par hectolitre (par hl) ne comprennent pas les activités non-bières américaines. Les références à la High End Company renvoient à une business unit constituée d'un portefeuille de marques mondiales, spéciales et artisanales vendues dans 21 pays. Quand nous parlons des consommateurs de nos produits alcoolisés, nous faisons référence aux consommateurs ayant l'âge de consommer de l'alcool dans leur juridiction respective.

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 indicateur de la performance de la société. Le 30 mars 2018, la fusion 50/50 des activités d'AB InBev et d'Anadolu Efes en Russie et en Ukraine a été clôturée. Les activités combinées sont consolidées intégralement dans les comptes financiers d'Anadolu Efes. Suite à cette transaction, AB InBev a cessé de consolider ses activités en Russie et en Ukraine et consolide son investissement dans AB InBev Efes selon la méthode de mise en équivalence, à compter de cette date. Le 19 juillet 2019, AB InBev a annoncé avoir conclu un accord pour vendre les activités australiennes à Asahi Group Holdings, Ltd. AB InBev présente les activités australiennes en tant qu'activités abandonnées dans une ligne séparée des états financiers consolidés « bénéfique provenant des activités abandonnées » à partir du 1er janvier 2018 à des fins comparatives. Les valeurs indiquées dans les tableaux et les annexes peuvent ne pas concorder à cause d'arrondis.

Les BPA du 4T19 et de l'EX19 sont basés sur la moyenne pondérée de 1 984 millions d'actions, par rapport à une moyenne pondérée de 1 975 millions d'actions au 4T18 et durant l'EX18.

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 soumises à des incertitudes et des changements au gré des circonstances. Les déclarations prévisionnelles contenues dans le présent communiqué comprennent des déclarations qui ne sont pas relatives à des données historiques, et sont généralement rédigées au futur ou comprennent des mots ou expressions tels que « pourrait », « devrait », « croire », « avoir l'intention », « s'attendre à », « anticiper », « viser », « estimer », « probable », « prévoir » ou d'autres mots ou expressions ayant une portée similaire. Toutes les déclarations qui ne sont pas relatives à des données historiques sont des déclarations prévisionnelles. Vous ne devriez pas accorder une confiance excessive à ces déclarations prévisionnelles, qui reflètent le point de vue actuel du management d'AB InBev, sont 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, et 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 22 mars 2018. 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 et d'autres rapports inclus dans le formulaire 6-K, ou 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. Sauf lorsque cela est requis par la loi, AB InBev ne s'engage pas à publier des mises à jour ou à réviser ces déclarations prévisionnelles, à la lumière de nouvelles informations, événements futurs ou autre.

Les données financières relatives au quatrième trimestre 2019 (4T19) et à l'ensemble de l'exercice 2019 (EX19) présentées aux tableaux 1 (excepté les informations relatives aux volumes), 3 à 5, 7, 9, 10 et 14 du présent communiqué de presse sont extraites des états financiers consolidés audités du groupe arrêtés au 31 décembre 2019 et pour la période de douze mois close à cette date, qui ont été audités par notre commissaire PwC Reviseurs d'Entreprises SRL / PwC Bedrijfsrevisoren BV 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 6, 8, 11, 12, 13 et 15 sont extraites des documents comptables sous-jacents arrêtés au 31 décembre 2019 et pour la période de douze mois close à cette date (excepté les informations relatives aux volumes).

CONFÉRENCE TÉLÉPHONIQUE ET WEBDIFFUSION

Conférence téléphonique et webdiffusion pour les investisseurs le jeudi 27 février 2020 :

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

Détails concernant l'inscription

Webdiffusion (mode écoute uniquement) :

[AB InBev 4T19 Webdiffusion](#)

Conférence téléphonique (avec Q&R interactives)

[Conférence téléphonique AB InBev 4T19 \(avec Q&R interactives\)](#)

CONTACTS ANHEUSER-BUSCH INBEV

Médias

Lauren Abbott

Tel: +1 212 573 9287

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

Jency John

Tel: +1 646 746 9673

E-mail: jency.john@ab-inbev.com

Mariya Glukhova

Tel: +32 1627 6888

E-mail : mariya.glukhova@ab-inbev.com

Investisseurs

Pablo Jimenez

Tel: +1 212 573 9289

E-mail : pablo.jimenez@ab-inbev.com

Ingvild Van Lysebetten

Tel: +32 1627 6608

E-mail: Ingvild.vanlysebetten@ab-inbev.com

Fallon Buckelew

Tel: +1 310 592 6319

E-mail : fallon.buckelew@ab-inbev.com

À propos d'Anheuser-Busch InBev

Anheuser-Busch InBev est une société cotée en bourse (Euronext : ABI) basée à Leuven, en Belgique, avec une cotation secondaire à la Bourse du Mexique (MEXBOL : ANB) et à la Bourse d'Afrique du Sud (JSE : ANH) et une cotation d'ADR (American Depositary Receipts) à la Bourse de New York (NYSE : BUD). Notre Rêve est de réunir 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®, Hoegaarden®, Leffe® et Michelob Ultra® ; 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 170 000 collaborateurs basés dans près de 50 pays de par le monde. En 2019, les produits rapportés d'AB InBev s'élevaient à 52,3 milliards d'USD (hors joint-ventures et entités associées).

Annexe 1						
AB InBev au niveau mondial	EX18	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX19	Croissance interne
	Retraité					
Volumes totaux (milliers d'lhs)	559 819	-4 601	-	6 209	561 427	1.1%
dont volumes de nos propres bières	493 776	-2 113	-	3 759	495 423	0.8%
Produits	53 041	- 316	-2 664	2 268	52 329	4.3%
Coûts des ventes	-19 933	14	1 030	-1 474	-20 362	-7.4%
Marge brute	33 108	- 302	-1 634	794	31 967	2.4%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-16 807	157	829	- 599	-16 421	-3.6%
Autres produits/(charges) d'exploitation	805	8	- 37	100	875	12.2%
EBIT normalisé	17 107	- 137	- 843	295	16 421	1.7%
EBITDA normalisé	21 732	- 109	-1 123	578	21 078	2.7%
Marge EBITDA normalisée	41.0%				40.3%	-65 bps
Amérique du Nord	EX18	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX19	Croissance interne
	Retraité					
Volumes totaux (milliers d'lhs)	110 726	50	-	-2 643	108 133	-2.4%
Produits	15 504	8	- 49	25	15 488	0.2%
Coûts des ventes	-5 765	- 13	16	- 27	-5 789	-0.5%
Marge brute	9 738	- 5	- 32	- 2	9 698	0.0%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-4 413	- 9	19	31	-4 372	0.7%
Autres produits/(charges) d'exploitation	40	-	-	- 15	26	-36.3%
EBIT normalisé	5 365	- 14	- 13	14	5 352	0.3%
EBITDA normalisé	6 199	- 12	- 15	13	6 185	0.2%
Marge EBITDA normalisée	40.0%				39.9%	2 bps
Amériques du Centre	EX18	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX19	Croissance interne
	Retraité					
Volumes totaux (milliers d'lhs)	128 803	- 153	-	4 888	133 538	3.8%
Produits	11 614	- 146	- 381	824	11 912	7.2%
Coûts des ventes	-3 336	- 39	108	- 283	-3 549	-8.4%
Marge brute	8 278	- 184	- 271	541	8 363	6.7%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-3 176	56	96	- 24	-3 049	-0.8%
Autres produits/(charges) d'exploitation	88	6	- 3	30	121	31.9%
EBIT normalisé	5 189	- 122	- 179	547	5 435	10.7%
EBITDA normalisé	6 033	- 127	- 207	657	6 356	11.1%
Marge EBITDA normalisée	51.9%				53.4%	188 bps
Amérique du Sud	EX18	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX19	Croissance interne
	Retraité					
Volumes totaux (milliers d'lhs)	135 618	188	-	3 858	139 664	2.8%
Produits	10 238	11	-1 383	924	9 790	9.0%
Coûts des ventes	-3 842	26	529	- 722	-4 009	-18.9%
Marge brute	6 396	37	- 855	203	5 781	3.2%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-2 976	43	401	- 259	-2 791	-8.9%
Autres produits/(charges) d'exploitation	267	- 6	- 13	- 47	201	-18.1%
EBIT normalisé	3 688	73	- 467	- 104	3 190	-2.8%
EBITDA normalisé	4 696	82	- 614	- 18	4 145	-0.4%
Marge EBITDA normalisée	45.9%				42.3%	-403 bps

EMEA	EX18 Retraité	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hs)	87 135	-4 071	-	2 825	85 888	3.4%
Produits	8 368	- 209	- 528	280	7 911	3.4%
Coûts des ventes	-3 473	100	224	- 357	-3 506	-10.6%
Marge brute	4 894	- 110	- 304	- 76	4 404	-1.6%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-2 878	57	183	- 224	-2 862	-8.0%
Autres produits/(charges) d'exploitation	232	14	- 14	32	264	13.0%
EBIT normalisé	2 248	- 39	- 135	- 268	1 807	-12.1%
EBITDA normalisé	3 184	- 36	- 196	- 171	2 781	-5.4%
Marge EBITDA normalisée	38.1%				35.2%	-332 bps

Asie-Pacifique	EX18 Retraité	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hs)	96 116	- 134	-	-2 814	93 168	-2.9%
Produits	6 735	- 8	- 314	130	6 544	1.9%
Coûts des ventes	-3 098	3	137	40	-2 919	1.3%
Marge brute	3 637	- 5	- 176	170	3 625	4.7%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-2 347	17	108	6	-2 216	0.2%
Autres produits/(charges) d'exploitation	154	-	- 12	88	230	57.1%
EBIT normalisé	1 444	12	- 80	263	1 639	18.0%
EBITDA normalisé	2 178	12	- 110	208	2 287	9.5%
Marge EBITDA normalisée	32.3%				35.0%	241 bps

Exportations Globales et Sociétés Holding	EX18 Retraité	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hs)	1 422	- 481	-	95	1 036	10.1%
Produits	582	28	- 8	84	685	14.2%
Coûts des ventes	- 418	- 62	15	- 125	- 590	-27.1%
Marge brute	164	- 34	6	- 41	95	-31.5%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 016	- 6	21	- 129	-1 131	-12.7%
Autres produits/(charges) d'exploitation	25	- 6	4	12	35	48.2%
EBIT normalisé	- 827	- 46	30	- 158	-1 001	-18.3%
EBITDA normalisé	- 558	- 26	20	- 111	- 676	-19.1%

Annexe 2							
AB InBev au niveau mondial	4T18 Retraité	Scope	Variation des devises	9M retraits pour l'hyperinflation	Croissance interne	4T19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hls)	140 161	- 449	-	-	2 267	141 979	1.6%
dont volumes de nos propres bières	122 899	92	-	-	1 034	124 025	0.8%
Produits	13 792	- 90	- 757	55	334	13 334	2.5%
Coûts des ventes	-5 063	- 29	287	- 6	- 458	-5 269	-9.1%
Marge brute	8 728	- 119	- 469	49	- 124	8 065	-1.5%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-4 086	46	206	- 17	- 298	-4 149	-7.5%
Autres produits/(charges) d'exploitation	193	15	- 3	- 5	12	213	5.6%
EBIT normalisé	4 836	- 58	- 268	28	- 409	4 128	-8.6%
EBITDA normalisé	6 018	- 33	- 344	30	- 327	5 343	-5.5%
Marge EBITDA normalisée	43.6%					40.1%	-336 bps
Amerique du Nord	4T18 Retraité	Scope	Variation des devises	9M retraits pour l'hyperinflation	Croissance interne	4T19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hls)	26 114	19	-	-	- 645	25 489	-2.5%
Produits	3 700	- 1	- 3	-	- 62	3 635	-1.7%
Coûts des ventes	-1 394	- 3	1	-	20	-1 375	1.5%
Marge brute	2 307	- 4	- 1	-	- 41	2 260	-1.8%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 023	- 5	1	-	- 1	-1 028	-0.1%
Autres produits/(charges) d'exploitation	28	-	-	-	- 11	17	-38.3%
EBIT normalisé	1 311	- 9	- 1	-	- 53	1 249	-4.0%
EBITDA normalisé	1 522	- 8	- 1	-	- 34	1 479	-2.2%
Marge EBITDA normalisée	41.1%					40.7%	-23 bps
Ameriques du Centre	4T18 Retraité	Scope	Variation des devises	9M retraits pour l'hyperinflation	Croissance interne	4T19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hls)	34 039	- 16	-	-	1 521	35 544	4.5%
Produits	3 141	- 63	- 67	-	220	3 231	7.2%
Coûts des ventes	- 836	- 5	20	-	- 155	- 976	-18.4%
Marge brute	2 305	- 68	- 47	-	66	2 255	2.9%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 775	41	12	-	- 53	- 774	-7.2%
Autres produits/(charges) d'exploitation	17	1	1	-	- 12	6	-70.6%
EBIT normalisé	1 547	- 26	- 34	-	1	1 487	0.1%
EBITDA normalisé	1 777	- 34	- 39	-	18	1 723	1.0%
Marge EBITDA normalisée	56.6%					53.3%	-325 bps
Amerique du Sud	4T18 Retraité	Scope	Variation des devises	9M retraits pour l'hyperinflation	Croissance interne	4T19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hls)	39 851	-	-	-	1 358	41 209	3.4%
Produits	3 313	- 1	- 573	55	171	2 965	5.5%
Coûts des ventes	-1 196	3	206	- 6	- 172	-1 165	-15.3%
Marge brute	2 117	1	- 367	49	- 1	1 800	0.0%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 764	10	153	- 17	- 109	- 727	-15.5%
Autres produits/(charges) d'exploitation	65	- 1	- 4	- 5	7	63	9.8%
EBIT normalisé	1 418	11	- 219	28	- 102	1 136	-7.5%
EBITDA normalisé	1 675	19	- 275	30	- 70	1 380	-4.3%
Marge EBITDA normalisée	50.6%					46.5%	-451 bps

EMEA	4T18 Retraité	Scope	Variation des devises	9M retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	4T19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'lhs)	23 469	- 382	-	-	780	23 867	3.4%
Produits	2 181	- 22	- 81	-	57	2 135	2.6%
Coûts des ventes	- 887	- 16	39	-	- 152	- 1 016	-16.8%
Marge brute	1 295	- 38	- 42	-	- 95	1 119	-7.6%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 708	6	26	-	- 83	- 758	-11.8%
Autres produits/(charges) d'exploitation	40	14	- 2	-	10	63	19.3%
EBIT normalisé	628	- 18	- 17	-	- 169	424	-27.7%
EBITDA normalisé	845	-	- 26	-	- 141	678	-16.7%
Marge EBITDA normalisée	38.7%					31.7%	-736 bps

Asie-Pacifique	4T18 Retraité	Scope	Variation des devises	9M retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	4T19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'lhs)	16 424	- 68	-	-	- 875	15 481	-5.2%
Produits	1 290	- 10	- 30	-	- 39	1 211	-2.9%
Coûts des ventes	- 628	10	15	-	16	- 587	2.4%
Marge brute	663	1	- 16	-	- 23	624	-3.3%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 555	-	19	-	- 18	- 554	-3.2%
Autres produits/(charges) d'exploitation	32	1	- 2	-	37	67	114.8%
EBIT normalisé	140	1	1	-	- 5	137	-2.7%
EBITDA normalisé	337	1	- 3	-	- 38	297	-10.2%
Marge EBITDA normalisée	26.1%					24.5%	-205 bps

Exportations Globales et Sociétés Holding	4T18 Retraité	Scope	Variation des devises	9M retraité pour l'hyperinflation	Croissance interne	4T19	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'lhs)	263	- 3	-	-	128	389	49.2%
Produits	164	7	- 3	-	- 12	156	-7.1%
Coûts des ventes	- 123	- 18	6	-	- 15	- 150	-10.9%
Marge brute	42	- 11	3	-	- 28	6	-90.8%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 262	- 6	- 6	-	- 34	- 308	-12.9%
Autres produits/(charges) d'exploitation	11	-	4	-	- 20	- 4	-172.4%
EBIT normalisé	- 208	- 17	2	-	- 84	- 306	-37.3%
EBITDA normalisé	- 138	- 12	-	-	- 64	- 214	-42.6%