

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 4T18 et à l'EX18 sur la base d'une comparaison avec la même période de l'année dernière. Pour consulter les mentions légales importantes, veuillez vous référer à la page 25.

Anheuser-Busch InBev publie les résultats du quatrième trimestre et de l'exercice 2018

FAITS MARQUANTS

- Solide croissance des produits de 4,8 %, conjuguée à un effet de levier opérationnel, stimulant une croissance de l'EBITDA de 7,9 %, avec un accroissement de la marge de 118 points de base et 8,6 milliards d'USD de bénéfice sous-jacent, malgré un contexte économique pesant sur les devises et les produits de base.
- Croissance des volumes, des produits et des parts de marché sur nombre de nos marchés importants cette année, sous l'impulsion du Mexique, de la Chine, de l'Europe de l'Ouest, de la Colombie et de plusieurs pays d'Afrique dont le Nigeria.
- Les initiatives de premiumisation ont engendré une croissance des produits, stimulée par une croissance à deux chiffres constante des produits au sein de l'entreprise haut de gamme et par nos marques mondiales en dehors de leur marché domestique.
- Aux États-Unis, nous avons réalisé notre meilleure progression annuelle en termes de part de marché depuis 2012.
- En 2018, environ 8 % de nos volumes de bière mondiaux étaient sans alcool ou peu alcoolisés étant donné que nous continuons à nous concentrer davantage sur cette opportunité, exploitant ainsi les tendances santé et bien-être et respectant notre engagement en faveur de la consommation réfléchie.

CHIFFRES CLÉS

- **Produits** : Les produits ont augmenté de 4,8 % au cours de l'EX18 et de 5,3 % au 4T18, avec une croissance des produits par hl de 4,5 % durant l'EX18 et de 4,9 % au 4T18 favorisée par des initiatives mondiales de premiumisation et de gestion des revenus. Sur une base géographique constante, les produits par hl ont augmenté de 4,7 % au cours de l'EX18 et de 4,6 % au 4T18.
- **Volumes** : Les volumes totaux ont augmenté de 0,3 % au cours de l'EX18, les volumes de nos propres bières affichant une hausse de 0,8 %, et les volumes de non-bières une baisse de 3,6 %. Au 4T18, les volumes totaux ont augmenté de 0,3 %, les volumes de nos propres bières affichant une hausse de 1,2 %, et les volumes de non-bières, une baisse de 4,9 %.
- **Marques mondiales** : Les produits combinés de nos trois marques mondiales Budweiser, Stella Artois et Corona ont enregistré une croissance de 9,0 % au cours de l'EX18 et de 9,8 % au 4T18. En dehors de leurs marchés domestiques respectifs, les marques mondiales ont progressé de 13,1 % au cours de l'EX18 et de 12,6 % au 4T18.
- **Coûts des Ventes (CdV)** : Au cours de l'EX18, les CdV ont augmenté de 4,7 % et de 4,3 % par hl. Sur une base géographique constante, les CdV par hl ont augmenté de 4,6 % durant l'EX18. Au 4T18, les CdV ont augmenté de 6,5 % et de 6,0 % par hl. Sur une base géographique constante, les CdV par hl ont augmenté de 6,0 % au 4T18.
- **EBITDA** : L'EBITDA affiche une hausse de 7,9 % à 22 080 millions d'USD durant l'EX18, grâce à une croissance des produits, renforcée par une discipline de gestion des coûts et par la réalisation de synergies. La marge EBITDA a progressé de 118 points de base à 40,4 %. Au 4T18, l'EBITDA a augmenté de 10,0 % à 6 166 millions d'USD, avec un accroissement de la marge de 190 points de base à 43,3 %.
- **Résultats financiers nets** : Les coûts financiers nets (hors résultats financiers nets non-récurrents) s'élèvent à 6 747 millions d'USD pour l'EX18, par rapport à 5 814 millions d'USD pour l'EX17. Cette hausse est majoritairement due à une perte évaluée à la valeur de marché de 1 774 millions d'USD

durant l'EX18 liée à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions, comparé à une perte de 291 millions d'USD durant l'EX17, soit un écart de 1 483 millions d'USD. Au 4T18, les coûts financiers nets s'élevaient à 2 144 millions d'USD, alors qu'ils étaient de 1 559 millions d'USD au 4T17.

- **Impôt sur le résultat** : Notre taux d'imposition effectif (TIE) normalisé a augmenté, passant de 22,9 % pour l'EX17 à 27,8 % pour l'EX18, et de 32,1 % au 4T17 à 32,9 % au 4T18. Sans tenir compte de l'impact des pertes liées à la couverture de nos programmes de paiement fondés sur des actions, notre TIE normalisé s'élève à 24,0 % pour l'EX18, comparé à 22,4 % pour l'EX17, et à 25,1 % au 4T18 par rapport à 28,8 % au 4T17.
- **Bénéfice** : Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev s'élevait à 6 793 millions d'USD au cours de l'EX18, par rapport à 7 967 millions d'USD au cours de l'EX17, et à 1 574 millions d'USD au 4T18 par rapport à 2 054 millions d'USD au 4T17. Le bénéfice normalisé a subi l'impact négatif de pertes évaluées à la valeur de marché liées à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions. Le bénéfice sous-jacent (bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev hors pertes évaluées à la valeur de marché liées à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions et à l'impact de l'hyperinflation) était de 8 644 millions d'USD pour l'EX18 par rapport à 8 258 millions d'USD pour l'EX17 et s'élevait à 2 497 millions d'USD au 4T18 comparé à 2 450 millions d'USD au 4T17.
- **Bénéfice par action (BPA)** : Le BPA normalisé est de 3,44 USD pour l'EX18, soit une baisse par rapport à 4,04 USD pour l'EX17, et de 0,80 USD au 4T18, en baisse par rapport à 1,04 USD au 4T17. Le BPA sous-jacent (BPA normalisé, hors pertes évaluées à la valeur de marché liées à la couverture de nos paiements fondés sur des actions et à l'impact de l'hyperinflation, est de 4,38 USD pour l'EX18, alors qu'il était de 4,19 USD au cours de l'EX17, et de 1,26 USD au 4T18, par rapport à 1,24 USD au 4T17.
- **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 24 avril 2019. Combiné à l'acompte sur dividende de 0,80 EUR par action versé en novembre 2018, le dividende total pour l'EX18 atteindrait 1,80 EUR par action. Le calendrier des dates ex-coupon, des dates d'enregistrement et des dates de paiement est repris dans un tableau fourni à la page 23.
- **Rapprochement avec SAB** : Le rapprochement a donné lieu à des synergies et économies de coûts de 805 millions d'USD au cours de l'EX18, dont 217 millions d'USD au 4T18. Nous avons aujourd'hui réalisé 2 938 millions d'USD sur les 3,2 milliards de synergies et d'économies de coûts attendus, en devises constantes depuis août 2016.
- **Désendettement** : Le ratio endettement net / EBITDA normalisé est passé de 4,8x pour la période de 12 mois se terminant le 31 décembre 2017 à 4,6x pour la période de 12 mois se terminant le 31 décembre 2018. Nous prévoyons un ratio endettement net / EBITDA inférieur à 4x d'ici à fin 2020.
- **Hyperinflation** : Conformément aux règles IFRS, nous sommes tenus d'appliquer le traitement comptable d'hyperinflation pour l'Argentine au 1^{er} janvier 2018. Des informations complémentaires sont fournies à la page 19.
- Le **rapport financier de l'exercice 2018** est consultable sur notre site www.ab-inbev.com.

Tableau 1. Résultats consolidés (millions d'USD)

	EX17	EX18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	612 572	567 066	0.3%
Nos propres bières	507 692	500 561	0.8%
Volumes des non-bières	100 211	61 719	-3.6%
Produits de tiers	4 669	4 786	3.1%
Produits	56 444	54 619	4.8%
Marge brute	35 058	34 259	4.9%
Marge brute en %	62.1%	62.7%	3 bps
EBITDA normalisé	22 084	22 080	7.9%
Marge EBITDA normalisé	39.1%	40.4%	118 bps
EBIT normalisé	17 814	17 821	9.0%
Marge EBIT normalisé	31.6%	32.6%	130 bps
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	7 996	4 368	
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	7 967	6 793	
Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	8 258	8 644	
Bénéfice par action (USD)	4.06	2.21	
Bénéfice normalisé par action (USD)	4.04	3.44	
BPA sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev (USD)	4.19	4.38	
	4T17	4T18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	145 977	142 363	0.3%
Nos propres bières	126 754	124 949	1.2%
Volumes des non-bières	17 994	16 421	-4.9%
Produits de tiers	1 228	993	-19.1%
Produits	14 600	14 250	5.3%
Marge brute	9 434	9 057	4.6%
Marge brute en %	64.6%	63.6%	-40 bps
EBITDA normalisé	6 189	6 166	10.0%
Marge EBITDA normalisé	42.4%	43.3%	190 bps
EBIT normalisé	5 073	5 068	12.4%
Marge EBIT normalisé	34.7%	35.6%	233 bps
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	3 037	457	
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 054	1 574	
Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 450	2 497	
Bénéfice par action (USD)	1.54	0.23	
Bénéfice normalisé par action (USD)	1.04	0.80	
BPA sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev (USD)	1.24	1.26	

Tableau 2. Volumes (milliers d'hl)

	FY17	Scope	Croissance interne	FY18	Croissance interne Volumes totaux	Croissance interne Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	113 496	76	-2 846	110 726	-2.5%	-2.6%
Amérique latine Ouest	110 625	- 71	4 922	115 476	4.5%	5.1%
Amérique latine Nord	119 374	- 232	-4 172	114 969	-3.5%	-2.1%
Amérique latine Sud	34 062	238	- 325	33 975	-1.0%	0.1%
EMEA	131 692	-46 445	1 929	87 176	2.3%	2.3%
Asie-Pacifique	101 986	95	2 185	104 266	2.1%	2.2%
Exportations Globales et Sociétés Holding	1 336	- 846	- 13	478	-2.6%	-2.7%
AB InBev au niveau mondial	612 572	-47 185	1 679	567 066	0.3%	0.8%

Tableau 2. Volumes (milliers d'hl)

	4T17	Scope	Croissance interne	4T18	Croissance interne Volumes totaux	Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	26 231	-	- 116	26 114	-0.4%	-0.4%
Amérique latine Ouest	29 425	- 46	1 025	30 405	3.5%	3.5%
Amérique latine Nord	34 881	- 56	-1 206	33 619	-3.5%	-1.8%
Amérique latine Sud	10 432	195	- 761	9 866	-7.4%	-4.9%
EMEA	26 238	-3 762	1 007	23 484	4.5%	4.3%
Asie-Pacifique	18 381	22	472	18 875	2.6%	3.8%
Exportations Globales et Sociétés Holding	388	- 388	-	-	-	-
AB InBev au niveau mondial	145 977	-4 034	420	142 363	0.3%	1.2%

COMMENTAIRES DE LA DIRECTION

2018 marque une nouvelle étape dans la transformation de notre entreprise. Nous avons célébré de nombreux succès, malgré les défis qui ont accompagné cette année. Cette année, notre priorité était de continuer à stimuler la croissance interne de notre entreprise, tout en favorisant le désendettement pour atteindre notre structure de capital optimale.

Nous sommes aujourd'hui une entreprise plus forte et plus diversifiée, qui tire parti des enseignements et les déploie à l'échelle mondiale. Même s'il reste encore beaucoup à accomplir, nous croyons en notre stratégie et prévoyons de développer notre entreprise en créant de la valeur « du champ au verre » et en réalisant une croissance durable des volumes et des produits en 2019 et au-delà.

Analyser notre performance

Notre entreprise a réalisé une croissance constante des volumes et des produits avec un accroissement de la marge et une accélération de l'EBITDA tout au long de l'année. La croissance des produits de 4,8 % a été stimulée par la croissance des volumes de nos propres bières de 0,8 % (volumes totaux en hausse de 0,3 %) et par une premiumisation continue et des initiatives de gestion des revenus. La croissance des produits par hl sur une base géographique constante était de 4,7 %, dont plus de 100 points de base, selon nos estimations, ont été boostés par notre mix favorable en ligne avec notre stratégie de premiumisation. L'EBITDA a progressé de 7,9 % sur l'année entière, avec un accroissement de la marge de 118 points de base à 40,4 % et une accélération constante chaque trimestre comme nous l'avions indiqué. Toutefois, nous avons fait face à des contextes macroéconomiques difficiles sur de nombreux marchés émergents, en particulier au Brésil, en Argentine et en Afrique du Sud, et la volatilité des devises défavorable a ralenti notre rythme de désendettement.

Faits marquants de l'année :

- Solide croissance des volumes, des produits et des parts de marché sur nombre de nos marchés importants dont le Mexique, la Chine, l'Europe de l'Ouest, la Colombie et plusieurs pays d'Afrique y compris le Nigeria. Ces marchés ont tous réalisé de fortes performances dans leurs portefeuilles premium respectifs, tout en faisant évoluer leurs portefeuilles core conformément au cadre d'extension des catégories.
- Aux États-Unis, nous avons réalisé notre meilleure performance en termes de tendance de part de marché depuis 2012 grâce à l'évolution de notre stratégie commerciale, soutenue par la premiumisation et l'innovation.
- Croissance mondiale continue de notre entreprise haut de gamme (produits en hausse de 18,3 %) et de notre portefeuille de marques mondiales (produits en hausse de 9,0 % au niveau mondial et

de 13,1 % en dehors des marchés domestiques des marques). Les marques de notre entreprise haut de gamme justifient un surprix et génèrent des marges plus élevées.

- ZX Ventures, notre groupe dédié à la croissance et à l'innovation, a réalisé durant l'année une solide croissance des produits et de l'EBITDA grâce à une forte dynamique commerciale. Dans le segment des bières artisanales et spéciales, notre portefeuille de marques affiche une progression largement supérieure à celle de toute l'entreprise et de l'industrie en général en enregistrant une croissance à deux chiffres des produits. Nos plateformes d'e-commerce et d'expérience de marque ont également réalisé chacune une croissance à deux chiffres des produits, et notre part de marché en ligne est aujourd'hui plus importante que notre part de marché sur les canaux traditionnels. Nos plateformes ZX Ventures nous permettent plus que jamais de nous rapprocher des consommateurs et nous utilisons cette proximité pour favoriser des interactions et des solutions plus significatives.
- Budweiser a été la marque la plus évoquée dans les médias numériques et sociaux durant la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018™, avec quelque cinq milliards de messages, selon les estimations. Ce fut la plus importante campagne commerciale de l'histoire de notre entreprise, avec des activations déployées à travers plus de 50 marchés et 565 000 points de consommation. Nous avons réussi à développer la notoriété de la marque sur un grand nombre de nos nouveaux marchés et nous exploitons cette popularité pour faire décoller la croissance de la marque. Nous avons optimisé ce sponsoring en lançant plus de 40 de nos marques locales sur plus de 40 marchés.
- Réalisation d'une croissance rentable, avec un accroissement de la marge EBITDA de 118 points de base à 40,4 %, sous l'impulsion de la premiumisation, d'une gestion rigoureuse des coûts et de la concrétisation permanente de synergies. D'autres synergies ont émergé du rapprochement avec SAB, avec 805 millions d'USD en 2018 et plus de 2,9 milliards d'USD générés à ce jour dans le cadre de notre engagement à réaliser 3,2 milliards d'USD d'ici fin 2019.
- Lancement de nos Objectifs de développement durable 2025, notre ensemble d'engagements en faveur du développement durable le plus ambitieux de notre histoire, qui cible l'agriculture intelligente, la gestion de l'eau, les emballages circulaires et l'action climatique.

Nos efforts ont toutefois été freinés durant l'année par les aspects suivants :

- Les performances des volumes et des produits ont été inférieures à nos attentes en Argentine, au Brésil et en Afrique du Sud, en grande partie à cause d'un contexte macroéconomique faible qui a exercé des pressions sur les consommateurs au sein de ces trois marchés. De plus, en Afrique du Sud, nous avons été confrontés à des ruptures de stock, à des hausses de taxe imprévues et à une réorientation des consommateurs vers un autre mix de segments.
- La volatilité des devises défavorable sur les marchés émergents a eu un impact sur nos flux de trésorerie et a ralenti la trajectoire de désendettement que nous avons prévue. Par conséquent, nous avons décidé d'établir une nouvelle base de distribution de dividendes de 50 % en octobre afin d'accélérer le désendettement et de respecter ainsi nos priorités en matière d'affectation de capital.
- Tendances défavorables de notre base de coûts, en particulier concernant l'aluminium au niveau mondial et le fret aux États-Unis.

Nous avons toujours affirmé que nous n'étions jamais pleinement satisfaits de nos résultats, et 2018 ne fait pas exception. Nous tirerons les enseignements de cette année pour rester à l'affût des opportunités et les saisir afin de générer une croissance durable et rentable à long terme.

Faire évoluer notre stratégie commerciale

Nous avons fait d'importants progrès en 2018 en mettant en œuvre de nombreuses synergies intellectuelles issues du rapprochement avec SAB. Ces synergies intellectuelles s'inscrivent dans trois cadres

stratégiques étroitement imbriqués : le modèle de maturité des marchés, le cadre d'extension des catégories et les champions de la croissance.

Notre modèle de maturité des marchés nous permet de regrouper les marchés en clusters en fonction de leur niveau de maturité, ce qui nous aide à adapter notre portefeuille aux besoins d'une série de marchés à travers le monde à mesure qu'ils grandissent et évoluent.

Notre cadre d'extension des catégories nous permet d'identifier des opportunités de croissance. Il nous permet de répondre aux préférences des consommateurs pour toutes les occasions de consommation, de partager les meilleures pratiques et de voir la catégorie sous un autre œil en distinguant plusieurs maturités de marché et le rôle des portefeuilles de marques sur chacun de nos marchés.

Enfin, notre concept de champions de la croissance nous sert à évaluer le moment opportun pour développer nos portefeuilles et nos pratiques commerciales de la manière la plus efficace et la plus percutante possible. Ce procédé s'inspire de l'un de nos meilleurs systèmes, à savoir les champions de l'efficacité, et nous permet d'élaborer notre stratégie pour identifier les opportunités, les exploiter et suivre les performances pour gagner en efficacité.

Nous pensons que cette structure nous place en bonne position pour trouver des opportunités et répondre aux besoins des consommateurs. Nous les utilisons pour proposer la meilleure bière à des prix allant d'abordables à premium, et innover continuellement avec la meilleure réserve de nouveaux produits et offres.

Mener la croissance de la catégorie bière mondiale

En tant que brasseur leader au niveau mondial, nous prenons la responsabilité de façonner l'avenir de la catégorie bière, de garantir sa santé et d'assurer sa croissance durable partout dans le monde. Notre catégorie s'est développée au cours des 10 dernières années, à la fois en termes de volumes (+1,0 %) et de valeur (+3,7 %). Sur les cinq dernières années, la part de consommation estimée des produits de notre entreprise par rapport à la consommation totale de bière a augmenté de 60 points de base et la part de consommation estimée de nos produits par rapport à la consommation totale de boissons alcoolisées a progressé de 10 points de base.

Premiumisation : Nous constatons une opportunité de premiumisation significative partout dans le monde et nous disposons du meilleur portefeuille pour mener cette tendance. Par rapport aux vins et spiritueux, la bière n'en est qu'à ses débuts en matière de premiumisation à l'échelle mondiale, ce qui nous donne l'opportunité de saisir la juste part de la bière. Par exemple, Corona représente actuellement au minimum 3 % de part de marché dans seulement trois pays où nous possédons la marque. Avec une croissance à deux chiffres de la marque au niveau mondial, nous pensons qu'elle est encore loin d'atteindre son plein potentiel et nous voyons une opportunité de croissance supplémentaire. Nous nous attendons à ce que le segment premium progresse environ cinq fois plus vite que les segments core et bon marché au cours des années à venir. Notre entreprise haut de gamme est bien placée pour tirer profit de cette tendance et affiche une croissance et une rentabilité élevées.

Différencier et développer les marques core : Notre portefeuille de marques core se concentre sur l'amélioration de la position de nos marques pour créer une différenciation émotionnelle et fonctionnelle significative en célébrant l'authenticité de nos marques et en mettant à l'honneur les ingrédients naturels et la simplicité de notre bière.

Marchés émergents et accessibilité : Nous identifions également une opportunité évidente de croissance des volumes sur les marchés émergents, où les volumes de consommation par habitant sont largement inférieurs à ceux des marchés développés. Nous pensons être dans la meilleure position pour prendre la tête de cette croissance de façon responsable, compte tenu du fait que notre portefeuille de marques diversifié est adapté à une variété de prix-repères et d'occasions.

L'extension des catégories est soutenue sur nos marchés de faible et moyenne maturité par des initiatives d'accessibilité, puisqu'il est essentiel d'avoir un portefeuille d'options abordables pour attirer nos consommateurs avec des prix accessibles. Pour citer deux parfaits exemples en 2018, il y a eu les lancements de Nossa et de Magnifica au Brésil, des bières brassées avec du manioc cultivé localement et commercialisées à un prix bien plus bas alors qu'elles génèrent des marges comparables à celles de nos marques core. Cette initiative d'accessibilité a constitué une bonne pratique sur plusieurs de nos marchés africains et montre bien comment nous tirons profit des synergies intellectuelles sur les différents marchés.

Amélioration du portefeuille : Enfin, en cartographiant notre portefeuille de marques sur chaque marché, nous identifions des opportunités d'introduire des marques existantes sur de nouveaux marchés, comme, par exemple, Patagonia – originaire d'Argentine – dans certaines régions des États-Unis, Pure Blonde by Jupiler (Australie) en Belgique, et Michelob Ultra (États-Unis) au Royaume-Uni.

Exploitation de nos marques mondiales

Nos marques mondiales ont continué de réaliser d'excellents résultats, en représentant plus d'un tiers de la croissance de nos produits nets totaux. Sur toute l'année, nos marques mondiales ont augmenté leurs produits de 9,0 % au niveau mondial et de 13,1 % en dehors de leur marché domestique.

Les produits de Budweiser ont augmenté de 5,3 % et de 10,0 % en dehors des États-Unis, grâce à une expansion continue dans de nouvelles zones géographiques ainsi qu'à notre activation durant la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018™, qui a été la campagne la plus importante et la plus fructueuse de notre histoire. Stella Artois a poursuivi sa croissance forte et équilibrée, progressant de 5,2 % au niveau mondial, favorisée par une pénétration accrue au niveau de la consommation durant les repas. Corona est en tête en tant que marque la plus premium des trois, réalisant une croissance à deux chiffres pour la quatrième année consécutive, avec des produits en hausse de 17,6 % au niveau mondial et de 28,5 % en dehors du Mexique.

Nous croyons en l'offre d'un portefeuille de marques sur-mesure pour prendre la tête du segment premium afin d'atteindre plus de consommateurs lors de divers moments de consommation. Nos marques mondiales complémentaires offrent aux consommateurs des options premium définies par occasion, par profil gustatif et par prix.

Innover pour partager notre passion pour la bière

Nous sommes une entreprise tournée vers le consommateur : nous œuvrons sans relâche pour explorer de nouveaux produits et de nouvelles opportunités qui raviront les consommateurs des quatre coins du monde. Nous disposons d'une solide filière d'innovation, incluant le lancement de Corona Ligerita en Australie, Stella Artois Gluten Free au Royaume-Uni et Michelob Ultra Pure Gold (lager légère biologique) aux États-Unis.

Notre portefeuille de bières peu et non alcoolisées (NABLAB) continue de cultiver de nouvelles opportunités sur un grand nombre de nos marchés en répondant aux tendances de consommation croissantes orientées vers la modération, la santé et le bien-être. Ces tendances devenant de plus en plus importantes pour les consommateurs de par le monde, nous sommes déterminés à mener l'innovation dans ce domaine. Par exemple, nous avons lancé avec succès des marques comme Castle Free en Afrique du Sud, Carlton Zero en Australie, Aguila Cero en Colombie et, plus récemment, Leffe Blonde 0.0% en Belgique.

Exploiter la technologie pour mieux interagir avec les consommateurs

Notre engagement en matière de technologie et d'innovation dépasse ce que les consommateurs voient quotidiennement. ZX Ventures identifie sans cesse de nouveaux moyens de répondre aux tendances de consommation via l'e-commerce, l'artisanat et les expériences de marque, et représente aujourd'hui plus de 10 % de notre croissance totale.

Beer Garage, notre fief de l'innovation, de la technologie émergente et de la technologie de l'entreprise, utilise la technologie au niveau de l'entreprise pour transformer notre chaîne d'approvisionnement et nous rapprocher des consommateurs grâce à des initiatives telles que l'utilisation de la technologie point de vente pour analyser les comportements des consommateurs partout dans le monde. Notre centre mondial d'innovation et de technologie (GITEC) concentre ses efforts sur l'amélioration de nos processus de brassage ainsi que sur le développement de produits et d'emballages. Citons l'exemple de Canvas, une boisson végétale durable à base d'orge, produite avec les résidus de céréales de brassage.

S'organiser pour la croissance future

En juillet, nous avons créé deux nouveaux postes de haute direction pour saisir les opportunités de croissance interne au sein de notre business. Notre Chief Non-Alcohol Beverages Officer se concentre sur l'accélération de la croissance des ventes de boissons sans alcool, qui représentent plus de 10 % de nos volumes actuels. Notre Chief Owned-Retail Officer gèrera et développera la vente au détail en coordonnant les initiatives de marketing croisé et en partageant les meilleures pratiques.

Pour poursuivre notre objectif de rester à la pointe des tendances de marché et de consommation, nous avons placé le Marketing et ZX Ventures sous une même direction mondiale, avec à sa tête notre Chief Marketing Officer. Ce changement nous permettra de promouvoir plus largement la démarche d'innovation de ZX Ventures.

Contribuer à un avenir durable

En mars 2018, nous avons lancé nos Objectifs de développement durable à l'horizon 2025, qui nous aideront à brasser d'excellentes bières les 100 prochaines années et au-delà. Nous avons déjà initié le changement puisque chaque Budweiser vendue aux États-Unis est aujourd'hui produite entièrement grâce à de l'électricité renouvelable achetée, et nous prévoyons d'étendre cette initiative à d'autres marchés dans le monde. 2018 a également été marquée par le lancement de notre 100+ Accelerator, qui mobilise les esprits les plus brillants de la planète pour résoudre les problèmes mondiaux les plus urgents en matière de développement durable.

Promouvoir une culture de la consommation réfléchie

Nous nous engageons en faveur de la consommation responsable et de la sécurité routière. Dans ce cadre, nos six villes pilotes prennent part à des programmes innovants basés sur les faits pour lutter contre l'abus d'alcool. Nous avons également créé un concours interne à l'échelle mondiale pour aider à promouvoir la consommation réfléchie par le biais de messages commerciaux utilisant le marketing social. En outre, dans le cadre de notre engagement à ce que 20 % de nos volumes proviennent du segment NABLAB d'ici à 2025, nous continuons d'étendre notre portefeuille avec des options de haute qualité. En 2018, nous avons étendu notre portefeuille NABLAB à 76 options en lançant avec succès 12 nouveaux produits, ce qui nous a permis de réaliser environ 8 % de nos volumes mondiaux de bière dans ce segment. Nous avons également poursuivi nos efforts en faveur de la sécurité routière avec notre coalition Together for Safer Roads et un nouveau partenariat avec l'Institut des Nations Unies pour la formation et la recherche (UNITAR) afin de contribuer à l'amélioration de la sécurité routière dans le monde entier.

Réduire la dette pour revenir à notre structure de capital optimale

Il y a environ deux ans, nous avons procédé à un rapprochement transformateur avec SAB. Nous sommes convaincus que notre entreprise combinée est plus forte que la somme de ses parties et nous demeurerons disciplinés et concentrés sur le désendettement en vue de revenir à notre structure de capital optimale qui se situe autour de 2x le ratio endettement net/EBITDA. Nous prévoyons un ratio endettement net/EBITDA inférieur à 4x d'ici à fin 2020.

Notre portefeuille de dette et l'état de nos liquidités offrent à notre business une flexibilité opérationnelle et financière. Nous avons remboursé les gros emprunts à échéance proche afin d'éliminer les besoins de refinancement et nous poursuivrons la gestion proactive de notre portefeuille de dette. Notre portefeuille de dette se compose d'un mix de différentes devises donnant accès aux marchés de la dette liquide, et

94 % du portefeuille porte un taux d'intérêt fixe. De plus, nos 16 milliards d'USD de liquidités dépassent largement les échéances de nos emprunts d'une année donnée.

Compte tenu de la volatilité des devises qui s'est manifestée cette année et conformément à nos priorités en matière d'affectation du capital, nous avons appliqué en octobre une nouvelle base de distribution de dividendes de 50 % afin d'accélérer le désendettement. Ce faisant, nous continuons d'investir en priorité dans les opportunités de croissance interne et d'accroître la flexibilité financière.

Atteindre ensemble des résultats

Nous remercions nos actionnaires pour leur soutien indéfectible, puisque nous restons concentrés sur la réalisation d'une solide croissance interne tout en réduisant la dette pour revenir à notre structure de capital optimale. Nous sommes une entreprise composée de collaborateurs qui agissent comme des propriétaires et qui prennent leurs résultats à cœur, et nous ne nous satisfaisons jamais totalement de nos résultats, même en 2018.

2019 a commencé et nous croyons fermement qu'avec notre stratégie commerciale, notre solide portefeuille de marques, notre empreinte géographique diversifiée, notre efficacité inégalée et surtout, notre réserve exceptionnelle de collaborateurs engagés et talentueux, nous pourrions atteindre ces objectifs, aujourd'hui et demain.

PERSPECTIVES 2019

- (i) **Performance générale** : Durant l'EX19, nous prévoyons de continuer à réaliser une forte croissance des **produits** et de l'**EBITDA**, en profitant de la solide performance de notre portefeuille de marques et de programmes commerciaux efficaces. Notre modèle de croissance donne davantage la priorité à l'extension des catégories, en ciblant une croissance plus équilibrée entre les volumes et les produits par hl. Nous devrions enregistrer une croissance des produits par hl supérieure à l'inflation grâce à la premiumisation et aux initiatives de gestion des revenus, tout en maintenant les coûts (somme des CdV et des frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux) en dessous de l'inflation.
- (ii) **Coûts des Ventes** : Les CdV par hl devraient augmenter d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette, les vents contraires qui soufflent sur les devises et le coût des produits de base étant compensés par des initiatives de gestion des coûts.
- (iii) **Synergies** : Nous maintenons les synergies et économies de coûts attendues de 3,2 milliards d'USD sur une base monétaire constante à partir d'août 2016. Sur ce total, 547 millions d'USD ont été rapportés par l'ancienne SAB au 31 mars 2016, et 2 391 millions d'USD ont été générés entre le 1^{er} avril 2016 et le 31 décembre 2018. Le solde d'environ 250 millions d'USD devrait être réalisé d'ici au mois d'octobre 2019.
- (iv) **Coûts financiers nets** : Pour l'EX19, le coupon moyen sur la dette nette devrait se situer entre 3,75 et 4,00 %. Les charges nettes d'intérêts liées aux retraites et les charges de désactualisation y compris les ajustements liés à la norme IFRS 16 (contrats de location) devraient avoisiner les 160 millions d'USD par trimestre. Les coûts financiers nets continueront de subir l'impact des gains et pertes éventuels liés à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions.
- (v) **Taux d'imposition effectif** : Nous prévoyons que le TIE normalisé de l'EX19 se situera entre 25 % et 27 %, en excluant les 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 devraient se situer entre 4,0 et 4,5 milliards d'USD pour l'EX19.
- (vii) **Endettement** : Environ 44 % de notre dette brute est exprimé en devises autres que le dollar américain, principalement en euro. Notre structure de capital optimale demeure un ratio endettement net / EBITDA aux alentours de 2x. Nous prévoyons un ratio endettement net / EBITDA en-dessous de 4x d'ici à fin 2020.
- (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

Aux États-Unis, nos produits ont diminué de 0,7 % durant l'EX18 et ont augmenté de 1,3 % au 4T18. Les produits par hl ont augmenté de 1,9 % au cours de l'EX18 et de 1,4 % au 4T18, grâce aux initiatives de gestion des revenus et à la premiumisation continue de notre portefeuille. Selon nos estimations, les ventes aux détaillants (VAD) du secteur ont diminué de 1,8 % durant l'EX18 et de 2,4 % au 4T18. Durant l'EX18, les VAD de nos propres produits ont chuté de 2,7 % et nos ventes aux grossistes (VAG) ont diminué de 2,6 %, les VAG rattrapant les VAD conformément à nos prévisions. Au 4T18, les VAD ont affiché une baisse de 2,8 % et les VAG, une baisse de 0,1 %.

Notre performance en termes de volumes et de produits a été soutenue par le succès continu de nos initiatives commerciales, ce qui nous a permis de réaliser notre meilleure évolution annuelle de part de marché annuelle depuis 2012, avec une baisse estimée de la part de marché totale de 40 points de base durant l'EX18 et une baisse estimée de 20 points de base au 4T18, notre plus forte progression trimestrielle en 24 trimestres.

Notre portefeuille above core continue de dépasser la performance du secteur et a accéléré ses gains de part de marché pour atteindre 90 points de base au cours de l'EX18 (par rapport à 50 points de base durant l'EX17), grâce à Michelob Ultra, à notre portefeuille régional de bières artisanales, à la marque récemment rebaptisée Bon & Viv Spiked Seltzer et à nos innovations au sein du segment. Michelob Ultra a accéléré sa croissance au cours de ce trimestre, renforçant ainsi sa position en tant que marque ayant gagné le plus de part de marché aux États-Unis ces 4 dernières années. Notre réserve d'innovation 2018 a généré 50 % du volume total des innovations du secteur, soit une hausse par rapport aux 10 % de l'année précédente, et incluait Michelob Ultra Pure Gold, Bud Light Orange et la gamme Budweiser Reserve. L'année fut excellente pour ces innovations, qui continuent de gagner des parts de marché, renforçant ainsi la premiumisation de notre portefeuille.

Dans leurs segments, Budweiser et Bud Light enregistrent de meilleurs résultats que l'année précédente. Toutefois, les segments core et core light demeurent sous pression car les consommateurs se tournent vers des segments plus chers, contribuant aux pertes de part de marché totale estimée de Bud Light et Budweiser de respectivement 35 et 80 points de base au cours de l'EX18, et 30 et 70 points de base au 4T18.

Notre publicité du Super Bowl était conforme à notre stratégie visant à renforcer la catégorie bière. Nous avons accru la notoriété de nos marques et innovations premium, dont Stella Artois, Bon & Viv Spiked Seltzer, Michelob Ultra et Michelob Ultra Pure Gold, auprès des consommateurs. Budweiser a pris la tête en matière de durabilité et d'énergie renouvelable, et Bud Light a souligné l'engagement de la marque à

garantir qualité et transparence aux consommateurs, suite à notre annonce en janvier qu'elle serait la première marque aux États-Unis à ajouter sur ses emballages une étiquette complète indiquant les valeurs nutritionnelles et les ingrédients de la bière.

Notre EBITDA a diminué de 2,3 % durant l'EX18 avec une réduction de la marge de 65 points de base à 40,3 %, la performance améliorée des produits ayant été atténuée par le contexte économique adverse au niveau des produits de base et la hausse des frais de distribution liée à un resserrement du marché du fret aux États-Unis. Au 4T18, notre EBITDA a progressé de 6,2 % avec un accroissement de la marge de 191 points de base à 41,4 %, suite à la croissance des produits et à la baisse des frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux liée au timing des provisions pour la rémunération variable et à une pression amoindrie sur les frais de transport après la hausse de l'année dernière.

Mexique

Le Mexique a été notre marché le plus performant cette année tant en termes de volumes qu'en termes de produits. Nous avons enregistré une hausse des volumes pour chaque marque phare et dans chaque région, ce qui a entraîné un gain de part de marché de 60 points de base. Durant l'EX18, les produits ont augmenté de deux chiffres dans le bas de la fourchette, les produits par hl, d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette conformément à l'inflation, et les volumes, d'un chiffre dans le haut de la fourchette. Au 4T18, les produits ont progressé de deux chiffres dans le bas de la fourchette, avec une croissance des produits par hl d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette et une hausse de volumes d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette.

Tout au long de l'année, nous nous sommes concentrés sur le développement de notre portefeuille conformément au cadre d'extension des catégories pour différencier clairement nos marques. Cette stratégie a permis à toutes nos marques d'atteindre des niveaux record dans tout le pays. Nos marques core sont en tête de la croissance avec des approches régionales différentes, permettant ainsi à Corona de progresser à un rythme accéléré dans le nord du pays et à Victoria de réaliser la meilleure performance de son histoire dans la région du centre. Notre portefeuille premium a contribué significativement à la hausse des volumes et des produits, sous l'impulsion de Michelob Ultra et de Stella Artois qui ont toutes deux enregistré une croissance à deux chiffres.

La forte performance des volumes et des produits, soutenue par des améliorations de capacité et une gestion rigoureuse et constante des coûts, a contribué à la croissance de l'EBITDA de l'EX18 de 19,2 % et a permis un accroissement de la marge de 304 points de base. Au 4T18, l'EBITDA a augmenté de 24,2 %, avec un accroissement de la marge de 566 points de base.

Colombie

En Colombie, les produits de nos bières ont augmenté de 8,4 % au cours de l'EX18, avec une croissance des produits par hl de 5,0 % et une hausse des volumes totaux de 3,2 %. La catégorie bière continue de se développer, puisque nous avons gagné, selon nos estimations, 150 points de base de part de consommation totale d'alcool durant l'année, entraînant une croissance des volumes de bière de 3,6 % au cours de l'EX18 et de 3,2 % au 4T18. Les volumes de non-bières ont augmenté de 0,2 % durant l'EX18 et de 0,3 % au 4T18.

Nous continuons de stimuler la premiumisation au sein de la catégorie, avec le soutien de notre portefeuille de marques mondiales qui a progressé de plus de 75 % cette année, grâce à une solide performance de Budweiser. Notre portefeuille de marques locales a enregistré de bons résultats, grâce au développement d'Aguila dans tout le pays reposant essentiellement sur la promotion de son identité nationale.

L'EBITDA a augmenté de 17,3 % durant l'EX18 avec un accroissement de la marge de 418 points de base, sous l'impulsion de la croissance des produits et de la réalisation constante de synergies. Au 4T18, l'EBITDA a progressé de 13,3 %, avec un accroissement de la marge de 201 points de base.

Brésil

Au Brésil, nos activités ont rapporté une croissance des produits au cours de l'EX18 de 1,7 % avec une croissance des produits par hl de 6,4 %. Les volumes ont diminué de 4,4 %, les volumes de bière affichant une baisse de 3,1 % et les volumes de non-bières, une baisse de 8,7 %. Nous estimons que nous avons perdu 40 points de base de part de marché durant l'EX18 après avoir gagné environ 60 points de base de part de marché au cours de l'EX17. Au 4T18, les produits ont diminué de 0,7 %, avec une croissance des produits par hl de 3,3 % et une baisse des volumes de 4,0 %. Les volumes de bière qui étaient - selon nos estimations - supérieurs à ceux du secteur, ont diminué de 2,1 %, tandis que les volumes de non-bières ont chuté de 9,8 %.

Nous avons gagné de la part de marché dans le segment premium, grâce à notre portefeuille de marques mondiales qui a enregistré une croissance de plus de 30 %. Budweiser a progressé de plus de 25 %, Stella Artois a enregistré une hausse de plus de 40 % et Corona a pris la tête en tant que l'une des marques ayant la croissance la plus rapide du pays avec une progression de 75 % cette année. Notre portefeuille core plus a également réalisé une forte croissance à deux chiffres, avec d'excellents résultats de Bohemia, Brahma Extra et Skol Hops.

Nous nous situons bien en dessous de l'indice de référence dans le segment bon marché avec environ 20 % de part de marché, et ce segment représente aujourd'hui environ 23 % du secteur. Par conséquent, afin d'augmenter notre part de marché dans le segment bon marché sans compromettre notre rentabilité, nous exploitons les meilleures pratiques issues d'autres marchés pour booster les initiatives d'accessibilité dans certaines régions. Cette année, nous avons réussi le lancement de deux marques brassées avec du manioc cultivé localement, qui garantissent aux consommateurs un prix abordable tout en apportant à notre portefeuille core des marges comparables. Nossa a été introduite au troisième trimestre à Pernambuco et a gagné, selon nos estimations, 5 points de pourcentage de part de marché dans cet État avant la fin de l'année. En appliquant les enseignements tirés de ce succès rapide, nous avons lancé Magnifica dans l'État de Maranhão en décembre, et nous continuons d'explorer d'autres opportunités pour développer cette initiative dans tous les états où ce segment est prometteur.

Durant l'EX18, l'EBITDA a augmenté de 4,0 % avec un accroissement de la marge de 100 points de base à 43,9 % grâce à des initiatives de gestion des revenus et à une discipline constante en matière de coûts. Au 4T18, l'EBITDA a diminué de 7,6 % avec une réduction de la marge de 356 points de base à 48,1 % en raison de l'échelonnement des coûts des ventes dans notre business non-bières, partiellement compensé par l'échelonnement des frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux.

Cette année au Brésil, nos résultats ont été inférieurs à nos attentes compte tenu du contexte difficile pour les consommateurs. Nous sommes déterminés à améliorer nos résultats sur ce marché et pensons que nous appliquons la bonne stratégie pour réaliser une croissance plus équilibrée entre les volumes et les produits par hl. Pour soutenir cette stratégie, nous disposons du portefeuille de marques, des capacités de distribution, des investissements commerciaux et des collaborateurs adéquats pour atteindre une croissance rentable et durable en 2019 et au-delà.

Afrique du Sud

Cette année en Afrique du Sud, le contexte macroéconomique et consommateur a été difficile. L'augmentation de la TVA au 1^{er} avril 2018, les nombreuses hausses de prix du pétrole et l'aggravation du chômage ont continué d'impacter négativement les revenus disponibles des consommateurs, ce qui exerce une énorme pression sur le segment core où notre portefeuille est au-dessus de l'index de référence. Nos

produits de l'EX18 sont restés relativement stables, avec une croissance des produits par hl à un chiffre dans la moyenne de la fourchette atténuée par des baisses de volume d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette. Au 4T18, nous avons enregistré une croissance des produits d'un chiffre dans le bas de la fourchette avec des volumes plutôt stables.

Notre portefeuille premium poursuit sa croissance à trois chiffres et nous avons gagné cette année 10 points de pourcentage de part de marché dans le segment haut de gamme en pleine expansion. Dans le segment core, qui représente toujours la majeure partie des volumes et qui a été freiné par un contexte macroéconomique difficile, notre part de marché reste dans l'ensemble inchangée, et nous avons constaté vers la fin de l'année une amélioration de la performance en termes de volumes.

L'EBITDA de cette année a diminué d'un chiffre dans le bas de la fourchette, avec une diminution de la marge d'un peu plus de 100 points de base, due essentiellement aux hausses du coût des ventes. Au 4T18, l'EBITDA a baissé d'un chiffre dans le bas de la fourchette avec une réduction de la marge de plus de 300 points de base.

Chine

Durant l'EX18, les produits ont augmenté de 8,3 %, grâce à la premiumisation qui a favorisé une croissance des produits par hl de 5,6 % et à une hausse des volumes de 2,5 %. Au 4T18, la croissance des produits de 17,1 % a été stimulée par une forte augmentation des produits par hl de 10,2 % et une hausse des volumes de 6,3 %, qui ont bénéficié de la précocité de la date du Nouvel an chinois.

Notre solide performance des volumes et des produits a permis de gagner 75 points de base supplémentaires de part de marché, conformément à nos estimations. Nos marques super premium ont continué de progresser de manière significative grâce notamment à une forte performance générale de notre activité de commerce en ligne. Durant l'EX18, Budweiser a enregistré une croissance d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette grâce aux initiatives de premiumisation qui ont dépassé la plateforme de musique pour s'étendre à la mode ainsi qu'aux activations plus larges liées au mode de vie.

L'EBITDA a augmenté de 20,9 % au cours de l'EX18 avec un accroissement de la marge de 338 points de base suite à la croissance des volumes et des produits alliée à une premiumisation continue et à une gestion stricte des coûts. Au 4T18, l'EBITDA a poursuivi sa croissance d'une année à l'autre.

Faits marquants sur nos autres marchés

Au **Canada**, les volumes et les produits ont diminué d'un chiffre dans le bas de la fourchette au cours de l'EX18 et au 4T18, principalement en raison de l'affaiblissement du secteur brassicole et de notre performance de part de marché dans le segment bon marché, en partie compensés par le succès constant de notre stratégie de développement des marques plus chères. Au Canada, notre entreprise haut de gamme affiche une croissance supérieure au secteur, puisque Corona et Stella Artois continuent de gagner de la part de marché et que nos marques artisanales locales ont enregistré une croissance à deux chiffres. Les marques prioritaires core et core plus continuent également de réaliser de solides résultats, Michelob Ultra terminant l'année en tant que marque affichant la croissance la plus rapide au Canada, et Bud Light améliorant sa part de marché pour la 23^{ème} année consécutive.

Au **Pérou**, nous avons augmenté les produits de 7,0 % durant l'EX18 dans un contexte macroéconomique difficile qui a conduit à une baisse des volumes de 1,7 %. La croissance des produits a été stimulée par des initiatives de gestion des revenus et à un mix de marques favorable résultant de la croissance de nos marques mondiales. En **Équateur**, nous avons augmenté nos produits de 8,7 % et nos volumes de 4,9 %, et nous avons gagné, selon nos estimations, 75 points de base de part de consommation totale d'alcool au

cours de l'EX18. Ceci est le résultat d'initiatives fructueuses dans l'ensemble de notre portefeuille, stimulées par Pilsener et Club Premium et par une croissance constante de nos marques mondiales.

En Amérique latine Sud, les volumes de l'**Argentine** ont diminué d'un chiffre dans le bas de la fourchette durant l'EX18, principalement en raison de la baisse de la consommation due aux conditions macroéconomiques difficiles. Malgré l'environnement opérationnel difficile, nous avons identifié des tendances encourageantes dans le secteur et dans notre portefeuille. La catégorie bière continue de gagner de la part de consommation sur les autres boissons alcoolisées, gagnant plus de 3 points de pourcentage cette année. Nos marques premium se portent bien, augmentant leur part de marché dans un segment émergent du secteur, sous l'impulsion de Patagonia et de Corona, et nous continuons de faire progresser Budweiser suite à la réappropriation des droits de la marque au 2T18. Nous avons également revu la position stratégique de nos deux plus grandes marques du pays, Quilmes Clásica et Brahma, ce qui a permis d'améliorer la performance de notre portefeuille core. Conformément aux règles IFRS, nous sommes tenus d'appliquer le traitement comptable d'hyperinflation pour l'Argentine au 1^{er} janvier 2018. Des informations complémentaires sont fournies à la page 19.

Dans la Zone EMEA, l'**Europe** a augmenté ses produits d'un chiffre dans le bas de la fourchette durant l'EX18 et au 4T18, grâce à la premiumisation et à la croissance des volumes. Le Royaume-Uni et l'Espagne sont en tête avec une croissance des produits à deux chiffres soutenue par une hausse des volumes, et nous avons accru notre part de marché dans toute la Zone. En **Afrique** hors Afrique du Sud, nous avons enregistré une croissance importante des volumes de nos propres bières durant l'EX18 en Zambie (hausse de plus de 20 %) et en Mozambique (hausse se rapprochant des 20 %), où nous avons atteint une part de marché record au dernier trimestre de l'année. Toutefois, les volumes de nos propres bières sont restés stables en Tanzanie et ont diminué d'un chiffre dans la moyenne de la fourchette en Ouganda en raison de contraintes de capacité et d'un contexte macroéconomique difficile. Notre croissance au Nigeria s'est accélérée tout au long de l'année écoulée suite au lancement en milieu d'année de notre nouvelle brasserie pour répondre à la demande, avec une hausse des produits de plus de 50 % au 4T18 (plus de 25 % au cours de l'EX18) favorisée par une croissance à deux chiffres des volumes et des gains de part de marché continus. Les marges EBITDA ont progressé de plus de 2 000 points de base au 4T18 grâce à l'allègement des contraintes de capacité et à l'arrivée de Budweiser dans le segment premium.

En Asie-Pacifique, les produits de l'**Australie** ont augmenté d'un chiffre dans le bas de la fourchette, malgré une baisse des volumes due à une activité promotionnelle accrue chez les concurrents, à une performance plus faible du secteur et à une confiance des consommateurs en repli. Great Northern reste un important moteur de croissance, avec une croissance à deux chiffres continue des variantes Original et Super Crisp. Nos acquisitions artisanales poursuivent leur solide progression avec une croissance à deux chiffres des volumes. Au 4T18, nous avons encore renforcé notre portefeuille NABLAB avec le lancement de notre première bière sans alcool, Carlton Zero.

COMPTE DE RÉSULTATS CONSOLIDÉ

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

	EX17	EX18	Croissance interne
Produits	56 444	54 619	4.8%
Coûts des ventes	-21 386	-20 359	-4.7%
Marge brute	35 058	34 259	4.9%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-18 099	-17 118	-0.4%
Autres produits/(charges) d'exploitation	854	680	-2.2%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents	17 814	17 821	9.0%
Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	- 662	- 715	
Produits/(coûts) financiers nets	-5 814	-6 747	
Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents	- 693	-1 982	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	430	153	
Impôts sur le résultat	-1 920	-2 839	
Bénéfice des activités poursuivies	9 155	5 691	
Bénéfice des activités abandonnées	28	-	
Bénéfice	9 183	5 691	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	7 996	4 368	
Bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires	1 187	1 323	
EBITDA normalisé	22 084	22 080	7.9%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	7 967	6 793	

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

	4T17	4T18	Croissance interne
Produits	14 600	14 250	5.3%
Coûts des ventes	-5 166	-5 193	-6.5%
Marge brute	9 434	9 057	4.6%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-4 668	-4 154	6.0%
Autres produits/(charges) d'exploitation	307	166	-32.5%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents	5 073	5 068	12.4%
Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	- 201	- 464	
Produits/(coûts) financiers nets	-1 559	-2 144	
Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents	- 658	- 893	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	217	27	
Impôts sur le résultat	568	- 754	
Bénéfice des activités poursuivies	3 441	841	
Bénéfice des activités abandonnées	-	-	
Bénéfice	3 441	841	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	3 037	457	
Bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires	404	384	
EBITDA normalisé	6 189	6 166	10.0%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 054	1 574	

Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux

Les frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux ont augmenté de 0,4 % durant l'EX18, une hausse bien en dessous de l'inflation grâce à la réalisation de synergie et à une discipline constante en matière de coûts. Au 4T18, les frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux ont diminué de 6,0 % suite à l'échelonnement des investissements commerciaux et de marketing liés à la Coupe du Monde de la FIFA Russie 2018™ qui se sont concentrés sur le premier semestre de 2018.

Autres revenus d'exploitation

Les autres revenus d'exploitation ont diminué de 2,2 % au cours de l'EX18 suite à une diminution des subventions publiques d'une année à l'autre et à une baisse des plus-values sur cessions. Au 4T18, les autres revenus d'exploitation ont diminué de 32,5 % en raison de l'échelonnement des subventions publiques, principalement au Brésil.

Quote-part dans le résultat des entreprises associées

La quote-part dans le résultat des entreprises associées a diminué, passant de 430 millions d'USD pour l'EX17 à 153 millions d'USD pour l'EX18, et de 217 millions d'USD pour le 4T17 à 27 millions d'USD pour le 4T18. La quote-part dans le résultat des entreprises associées de l'EX17 rapportée pour Castel tient compte de la révision du résultat final de l'année précédente. En 2018, la quote-part dans le résultat des entreprises associées rapportée pour Castel a subi l'impact négatif d'une dévaluation monétaire en Angola.

Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT

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

	4T17	4T18	EX17	EX18
Restructuration	- 61	- 195	- 468	- 385
Coûts des acquisitions encourus dans le cadre des regroupements d'entreprises	- 112	- 22	- 155	- 74
Cession d'activités et vente d'actifs (pertes de valeur incluses)	- 28	- 17	- 39	- 26
Provision enquête UE	-	- 230	-	- 230
Impact sur le résultat d'exploitation	- 201	- 464	- 662	- 715

Le bénéfice d'exploitation normalisé ne comprend pas les éléments négatifs non-récurrents de 715 millions d'USD de l'EX18 et de 464 millions d'USD du 4T18, essentiellement liés aux coûts uniques relatifs à l'intégration de SAB.

En 2016, la Commission européenne a annoncé l'ouverture d'une enquête visant nos activités en Belgique pour abus présumé de position dominante via certaines pratiques destinées à restreindre le commerce depuis d'autres états membres de l'Union Européenne vers la Belgique. Dans le cadre de cette procédure en cours, nous avons comptabilisé une provision de 230 millions d'USD.

Revenus/(coûts) financiers nets

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

	4T17	4T18	EX17	EX18
Charges nettes d'intérêts	- 949	- 912	-4 005	-3 785
Charges d'intérêts nettes liées aux pensions	- 19	- 23	- 101	- 94
Charges de désactualisation	- 162	- 143	- 614	- 400
Ajustements à la valeur de marché	- 396	- 900	- 291	-1 774
Autres résultats financiers	- 33	- 166	- 803	- 693
Produits/(coûts) financiers nets	-1 559	-2 144	-5 814	-6 747

Les coûts financiers nets ont été impactés négativement par des pertes évaluées 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

	4T17	4T18	EX17	EX18
Prix de l'action au début de la période (Euro)	101.30	75.22	100.55	93.13
Prix de l'action à la fin de la période (Euro)	93.13	57.70	93.13	57.70
Nombre d'instruments de fonds propres (millions) à la fin de la période	46.9	46.9	46.9	46.9

Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents

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

	4T17	4T18	EX17	EX18
Ajustement à la valeur de marché (regroupement avec Grupo Modelo)	- 188	- 445	- 146	- 873
Autres ajustements à la valeur de marché	- 182	- 432	- 142	- 849
Remboursement anticipé d'obligations	- 288	- 16	- 405	- 260
Produits/(coûts) financiers nets non-récurrents	- 658	- 893	- 693	-1 982

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

	4T17	4T18	EX17	EX18
Prix de l'action au début de la période (Euro)	101.30	75.22	100.55	93.13
Prix de l'action à la fin de la période (Euro)	93.13	57.70	93.13	57.70
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)

	4T17	4T18	EX17	EX18
Charges d'impôts	- 568	754	1 920	2 839
Taux d'impôts effectif	-21.4%	48.1%	18.0%	33.9%
Taux d'impôts effectif normalisé	32.1%	32.9%	22.9%	27.8%
Taux d'impôts effectif normalisé hors ajustements à la valeur de marché	28.8%	25.1%	22.4%	24.0%

La hausse de notre TIE normalisé s'explique principalement par des pertes évaluées à la valeur de marché non déductibles et par des modifications de la législation fiscale dans certains pays où nous opérons. Sans tenir compte des pertes évaluées à la valeur de marché liées à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions, notre TIE normalisé était de 24,0 % pour l'EX18 par rapport à 22,4 % pour l'EX17.

L'impôt sur le résultat du 4T17 a été impacté positivement par un ajustement de 1,8 milliard d'USD suite à la loi sur la réforme fiscale aux États-Unis promulguée le 22 décembre 2017. Cet ajustement d'1,8 milliard d'USD résulte principalement de la revalorisation des passifs d'impôt différé établis en 2008 conformément aux normes IFRS dans le cadre de la comptabilisation du prix d'achat du rapprochement avec Anheuser-Busch suite au passage du taux d'imposition fédéral de 35 % à 21 %.

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)

	4T17	4T18	EX17	EX18
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	3 037	457	7 996	4 368
Eléments non-récurrents, avant impôts	201	464	662	715
(Produits)/coûts financiers nets non-récurrents, avant impôts	658	893	693	1 982
Impôts non-récurrents	-1 697	- 208	- 830	- 240
Eléments non-récurrents attribuable aux intérêts minoritaires	- 145	- 32	- 526	- 32
Résultat des activités abandonnées	-	-	- 28	-
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 054	1 574	7 967	6 793
Bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 450	2 497	8 258	8 644

Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev a été plus faible, principalement en raison de l'impact négatif des pertes évaluées à la valeur de marché sur la couverture de nos programmes de paiement fondés sur des actions. Le bénéfice sous-jacent attribuable aux porteurs de capitaux propres d'AB InBev a augmenté, passant de 8 258 millions d'USD au cours de l'EX17 à 8 644 millions d'USD au cours de l'EX18.

BPA de base, normalisé et sous-jacent

Tableau 11. Bénéfice par action (USD)

	4T17	4T18	EX17	EX18
Bénéfice de base par action	1.54	0.23	4.06	2.21
Eléments non-récurrents, avant impôts	0.10	0.24	0.34	0.36
(Produits)/coûts financiers nets non-récurrents, avant impôts	0.33	0.45	0.35	1.00
Impôts non-récurrents	-0.86	-0.11	-0.42	-0.12
Eléments non-récurrents attribuables aux intérêts minoritaires	-0.07	-0.02	-0.27	-0.02
Résultat des activités abandonnées	-	-	-0.01	-
Bénéfice normalisé par action	1.04	0.80	4.04	3.44

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

	4T17	4T18	EX17	EX18
EBIT normalisé hors hyperinflation	2.57	2.56	9.04	9.14
Impacts d'hyperinflation dans l'EBIT normalisé	-	0.01	-	-0.12
EBIT normalisé	2.57	2.57	9.04	9.02
Ajustement à la valeur de marché (couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions)	-0.20	-0.46	-0.15	-0.90
Coûts financiers nets	-0.59	-0.63	-2.80	-2.52
Impôts sur le résultat	-0.57	-0.49	-1.40	-1.56
Associés et intérêts minoritaires	-0.17	-0.20	-0.65	-0.61
Bénéfice normalisé par action	1.04	0.80	4.04	3.44
Ajustement à la valeur de marché (couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions)	0.20	0.46	0.15	0.90
Impacts d'hyperinflation dans le BPA	-	0.01	-	0.04
BPA sous-jacent	1.24	1.26	4.19	4.38

Adoption du traitement comptable de l'hyperinflation en Argentine

Suite à la catégorisation de l'Argentine comme un pays ayant un taux d'inflation cumulé sur trois ans supérieur à 100 %, nous rapportons les activités de nos filiales argentines en appliquant le traitement comptable de l'hyperinflation, à compter de la publication des résultats du 3T18 et des neuf premiers mois de 2018.

Nous présentons l'impact du traitement comptable de l'hyperinflation avec les changements dans le périmètre (« scope »).

Au 4T18, nous rapportons un impact de 196 millions d'USD liés à l'hyperinflation sur nos produits et un impact de 81 millions d'USD sur notre EBITDA normalisé. Pour l'EX18, nous rapportons un impact de -246 millions d'USD liés à l'hyperinflation sur nos produits et un impact de -144 millions d'USD sur notre EBITDA normalisé.

Tableau 13. Impacts d'hyperinflation

Produits	4T18	EX18
Indexation	152	258
Taux de clôture	44	- 504
Total	196	-246

EBITDA	4T18	EX18
Indexation	71	108
Taux de clôture	10	- 252
Total	81	-144

En outre, la norme IAS 29 implique le retraitement des actifs et passifs non monétaires comptabilisés au coût historique dans le bilan de nos activités dans les économies hyperinflationnistes en utilisant des indices d'inflation, et à 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 présenter les éventuels impôts différés sur ces ajustements.

Au cours de l'EX18, la transition vers le traitement comptable de l'hyperinflation conformément aux normes IFRS a donné lieu à un ajustement monétaire de 46 millions d'USD rapporté dans les coûts financiers, à un impact négatif sur le bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev de -77 millions d'USD et à un impact négatif sur le BPA normalisé de -0,04 USD.

Base de référence 2018

Nous avons mis à jour notre information par segment 2018 aux fins des publications de résultats à compter du 1^{er} janvier 2019, qui est disponible aux pages 31 et 32. La base de référence 2018 couvre : (i) la nouvelle présentation des résultats par segments en vigueur à partir du 1^{er} janvier 2019 (ii) l'impact du traitement comptable de l'hyperinflation pour les activités argentines comme si nous avions appliqué le traitement de l'hyperinflation à compter du 1^{er} janvier 2018 et (iii) les résultats reformulés en tenant compte des ajustements liés à la norme IFRS 16 (contrats de location) comme si nous avions appliqué la nouvelle norme à compter du 1^{er} janvier 2018. Pour de plus amples informations, veuillez consulter notre rapport annuel 2018.

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

Tableau 14. Réconciliation de l'EBITDA normalisé et bénéfice attribuables aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev (en millions d'USD)				
	4T17	4T18	EX17	EX18
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	3 037	457	7 996	4 368
Intérêts minoritaires	404	384	1 187	1 323
Bénéfice	3 441	841	9 183	5 691
Bénéfice des activités abandonnées	-	-	- 28	-
Bénéfice des activités poursuivies	3 441	841	9 155	5 691
Impôts sur le résultat	- 568	754	1 920	2 839
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	- 217	- 27	- 430	- 153
(Produits)/coûts financiers nets	1 559	2 144	5 814	6 747
(Produits)/coûts financiers nets non-récurrents	658	893	693	1 982
Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT (dépréciations non-récurrentes incluses)	201	464	662	715
EBIT Normalisé	5 073	5 068	17 814	17 821
Amortissements et dépréciations	1 116	1 097	4 270	4 260
EBITDA Normalisé	6 189	6 166	22 084	22 080

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

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

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

SITUATION FINANCIÈRE

Tableau 14. Tableau des flux de trésorerie consolidé (millions d'USD)

	EX17	EX18
Activités opérationnelles		
Bénéfice	9 183	5 691
Intérêts, impôts et éléments non-cash inclus dans le bénéfice	12 484	15 870
Flux de trésorerie d'exploitation avant les changements du fonds de roulement et de l'utilisation des provisions	21 667	21 561
Changement du fonds de roulement	219	512
Contributions aux plans et utilisation des provisions	- 616	- 488
Intérêts et impôts (payés)/reçus	-5 982	-7 064
Dividendes reçus	142	141
Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles	15 430	14 663
Activités d'investissement		
Dépenses d'investissement nettes	-4 124	-4 649
Acquisition et cession de filiales, sous déduction de la trésorerie acquise/cédée	- 556	145
Produits des cessions dans le cadre du rapprochement avec SAB, après impôts	8 248	- 430
Produits nets de cessions d'obligations à court terme	4 337	1 296
Autre	- 51	- 327
Flux de trésorerie provenant des activités d'investissement	7 854	-3 965
Activités de financement		
Dividendes payés	-9 275	-7 761
(Remboursement)/émissions d'emprunts	-9 981	-4 707
Autre (incluant charges financières nettes autres qu'intérêts et acquisitions d'intérêts minoritaires)	-1 748	-1 477
Flux de trésorerie provenant des activités de financement	-21 004	-13 945
Augmentation/(diminution) de la trésorerie et équivalents de trésorerie	2 280	-3 247

Notre flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles a atteint 14,7 milliards d'USD en 2018 alors qu'il était de 15,4 milliards d'USD en 2017, ce qui s'explique essentiellement par une hausse des impôts payés en 2018 par rapport à 2017, dont le paiement d'impôts relatifs aux périodes précédentes.

Le flux de trésorerie utilisé pour les activités d'investissement s'élevait à 3,9 milliards d'USD en 2018, comparé à un flux de trésorerie entrant de 7,9 milliards d'USD en 2017. Le flux de trésorerie provenant des activités d'investissement en 2017 reflétait principalement les produits des cessions liées à SAB annoncées et clôturées en 2017, nets d'impôts payés en 2017 sur des cessions d'années précédentes, lesquelles ne se sont pas reproduites en 2018.

Nos dépenses d'investissement nettes s'élevaient à 4,6 milliards d'USD en 2018 et à 4,1 milliards d'USD en 2017. Environ 48 % des dépenses d'investissement totales de 2018 ont été utilisés pour améliorer les équipements de production de l'entreprise, 42 % ont été consacrés à des investissements logistiques et commerciaux et 10 % 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 13,9 milliards d'USD en 2018, par rapport à un flux de trésorerie sortant de 21,0 milliards d'USD en 2017. Au cours de l'année 2017, nous avons remboursé 8 milliards d'USD du prêt à terme B. Ce prêt à terme était le dernier des crédits de 75 milliards d'USD mobilisés en octobre 2015 pour financer le rapprochement avec SAB.

Notre endettement net s'élevait à 102,5 milliards d'USD au 31 décembre 2018, soit une baisse par rapport aux 104,4 milliards d'USD affichés au 31 décembre 2017.

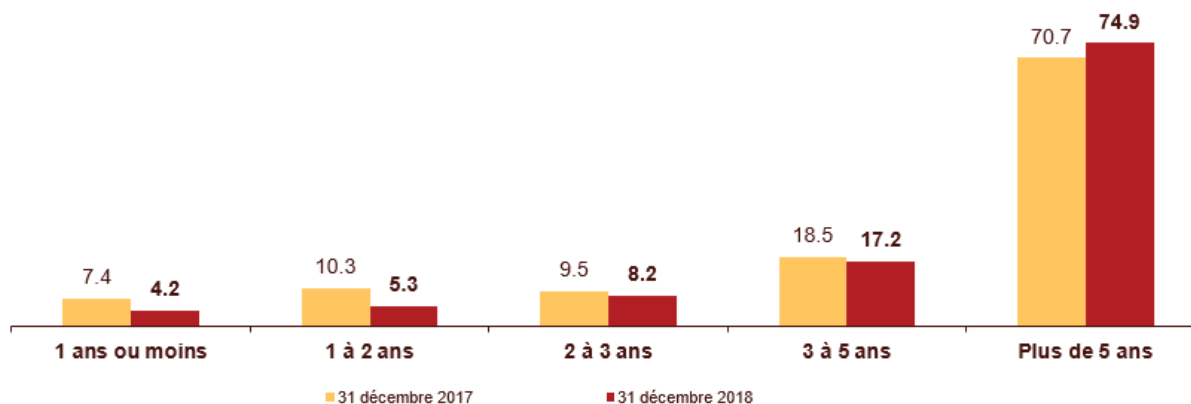
Nous maintenons notre engagement vers un désendettement autour de 2x et nous donnerons la priorité au remboursement de la dette pour atteindre cet objectif. Nous prévoyons un ratio endettement net / EBITDA en-dessous de 4x d'ici à fin 2020.

Le ratio endettement net / EBITDA normalisé est passé de 4,8x pour la période de 12 mois se terminant le 31 décembre 2017 à 4,6x pour la période de 12 mois se terminant le 31 décembre 2018.

Nous continuerons de gérer de manière proactive notre portefeuille de dettes, dont 94 % sont à taux fixe, 36 % 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 très 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. Echéancier 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	07 mai 2019	08 mai 2019	09 mai 2019
MEXBOL: ANB	07 mai 2019	08 mai 2019	09 mai 2019
JSE: ANH	07 mai 2019*	10 mai 2019	13 mai 2019
NYSE: BUD (programme ADR)	07 mai 2019	08 mai 2019	06 juin 2019
Actions restreintes	07 mai 2019	08 mai 2019	09 mai 2019

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 24 avril 2019. Combiné à l'acompte sur dividende de 0,80 EUR par action versé en novembre 2018, le dividende total pour l'exercice 2018 atteindrait 1,80 EUR par action.

* Le calendrier proposé concernant les actions négociées à la Bourse de Johannesburg est basé sur le mercredi 8 mai 2019, qui est un jour férié en Afrique du Sud en raison des élections sud-africaines, et est susceptible d'être modifié. Les actionnaires détenant des actions négociées à la Bourse de Johannesburg seront avisés en conséquence.

ÉVÉNEMENTS RÉCENTS

Émission d'obligations et offre d'achat

Le 23 janvier 2019, nous avons émis un montant total en principal de 15,5 milliards d'USD d'obligations (collectivement, les « Obligations ») par le biais d'Anheuser-Busch InBev Worldwide Inc. Le produit des Obligations a été utilisé pour financer l'offre d'achat annoncée en parallèle de certaines obligations venant à maturité entre 2021 et 2026, pour un montant pouvant atteindre 16,5 milliards d'USD. L'offre d'achat a expiré le 7 février 2019 et nous avons réussi à obtenir un montant de 16,3 milliards d'USD en principal d'obligations venant à échéance entre 2021 et 2026.

L'offre d'obligations et l'offre d'achat consécutive nous ont permis d'étendre considérablement notre profil d'échéance de la dette et d'éliminer toute pression de refinancement à court terme.

Emission d'obligations

Titre de la série d'obligations	Montant total en principal	Date de maturité	Taux d'intérêt
Obligations à taux fixe venant à échéance en 2025	USD 2.500.000.000	23 janvier 2025	4.15%
Obligations à taux fixe venant à échéance en 2029	USD 4.250.000.000	23 janvier 2029	4.75%
Obligations à taux fixe venant à échéance en 2031	USD 750.000.000	23 janvier 2031	4.90%
Obligations à taux fixe venant à échéance en 2039	USD 2.000.000.000	23 janvier 2039	5.45%
Obligations à taux fixe venant à échéance en 2049	USD 4.000.000.000	23 janvier 2049	5.55%
Obligations à taux fixe venant à échéance en 2059	USD 2.000.000.000	23 janvier 2059	5.80%

Offre publique			
Titre des obligations	Emetteur	Montant en principal remboursé	Montant en principal restant dû
Pool 2021			
Obligations à 2.650% venant à échéance en 2021	ABIFI	USD 2.518.521.000	USD 2.449.067.000
Obligations à taux variable venant à échéance en 2021	ABIFI	USD 189.204.000	USD 310.796.000
Obligations à 4.375% venant à échéance en 2021	ABIWW	USD 214.638.000	USD 285.362.000
Pool 2022			
Obligations à 3.750% venant à échéance en 2022	ABIWW	USD 1.100.588.000	USD 1.249.451.000
Obligations à 2.500% venant à échéance en 2022	ABIWW	USD 1.295.953.000	USD 1.704.047.000
Pool 2023			
Obligations à 2.625% venant à échéance en 2023	ABIFI	USD 606.684.000	USD 643.316.000
Obligations à 3.300% venant à échéance en 2023	ABIFI	USD 2.885.926.000	USD 3.114.074.000
Pool 2024			
Obligations à taux variable venant à échéance en 2024	ABIWW	USD 270.907.000	USD 229.093.000
Obligations à 3.500% venant à échéance en 2024	ABIWW	USD 845.580.000	USD 654.420.000
Obligations à 3.700% venant à échéance en 2024	ABIFI	USD 534.827.000	USD 865.173.000
Pool 2026			
Obligations à 3.650% venant à échéance en 2026	ABIFI	USD 811.685.000	USD 1.633.152.000
Obligations à 3.650% venant à échéance en 2026	ABIWW et ABC	USD 5.064.022.000	USD 3.491.141.000
Total		USD 16.338.535.000	USD 16.629.092.000

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 l'entreprise. L'impact de l'application du traitement comptable de l'hyperinflation en Argentine au 1er janvier 2018 est présenté comme un changement dans le périmètre (« scope »).

Les références données par hectolitre (par hl) ne comprennent pas les activités non-bières américaines. Afin d'éliminer l'effet mix géographique, c'est-à-dire l'impact d'une croissance des volumes plus forte dans les pays à plus faibles produits par hl et à plus faibles coûts des ventes par hl, nous présentons également, aux endroits spécifiés, les chiffres par hectolitre internes sur une base géographique constante. Lorsque nous faisons des estimations sur une base géographique constante, nous supposons que chaque pays dans lequel nous opérons représente le même pourcentage de notre volume mondial que pour la même période de l'année précédente. Les références à l'entreprise haut de gamme renvoient à un business unit constitué d'un portefeuille de marques mondiales, spéciales et artisanales vendues dans 22 pays.

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 l'entreprise. Ils sont présentés séparément en raison de leur importance pour comprendre la performance sous-jacente durable de l'entreprise 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 l'entreprise. 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. Les résultats de l'activité CEE de l'ancienne SAB sont présentés en tant que « résultat d'activités abandonnées » jusqu'à leur vente le 31 mars 2017. Les valeurs indiquées dans les tableaux et les annexes peuvent ne pas concorder à cause d'arrondis.

Les BPA du 4T18 et de l'EX18 sont basés sur la moyenne pondérée de 1 975 millions d'actions, par rapport à une moyenne pondérée de 1 971 millions d'actions au 4T17 et durant l'EX17.

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 incluent, entre autres, des déclarations liées au rapprochement d'AB InBev avec ABI SAB Group Holdings Limited et d'autres déclarations qui ne sont pas des faits historiques. Les déclarations prévisionnelles sont généralement rédigées au futur ou comprennent des mots ou expressions tels que « pourrait », « devrait », « croire », « avoir l'intention », « s'attendre à », « anticiper », « viser », « estimer », « probable », « prévoir » ou d'autres mots ou expressions ayant une portée similaire. Toutes les déclarations qui ne sont pas relatives à des données historiques sont des déclarations prévisionnelles. Vous ne devriez pas accorder une confiance excessive à ces déclarations prévisionnelles, qui reflètent le point de vue actuel du management d'AB InBev, sont sujettes à de nombreux risques et incertitudes au sujet d'AB InBev et sont dépendantes de nombreux facteurs, qui pour certains sont en dehors du contrôle d'AB InBev. Des facteurs, risques et incertitudes importants peuvent entraîner des différences sensibles entre les résultats réels et les résultats escomptés. Ceci inclut, entre autres, la capacité à réaliser des synergies à partir du rapprochement avec ABI SAB Group Holdings Limited, 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 2017. 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 2018 (4T18) et à l'ensemble de l'exercice 2018 (EX18) 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 2018 et pour la période de douze mois close à cette date, qui ont été audités par notre commissaire Deloitte Bedrijfsrevisoren/Réviseurs d'Entreprises CVBA/SCCRL conformément aux

normes d'audit internationales applicables en Belgique et ont donné lieu à une opinion d'audit sans réserve. Les données financières présentées aux tableaux 6, 8, 11, 12, 13 et 15 sont extraites des documents comptables sous-jacents arrêtés au 31 décembre 2018 et pour la période de douze mois close à cette date (excepté les informations relatives aux volumes).

CONFÉRENCE TÉLÉPHONIQUE ET WEBDIFFUSION

Conférence de presse le jeudi 28 février 2019:

10h30 CET – Leuven, Belgique

Conférence téléphonique et webdiffusion pour les investisseurs le jeudi 28 février 2019 :

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

Détails concernant l'inscription

Webdiffusion (mode écoute uniquement) :

[AB InBev FY18 Results Webcast](#)

Conférence téléphonique (avec Q&R interactives) :

[AB InBev FY18 Results Conference Call](#)

CONTACTS ANHEUSER-BUSCH INBEV

Investisseurs

Lauren Abbott

Tél. : +1 212 573 9287

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

Mariusz Jamka

Tél. : +32 16 276 888

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

Jency John

Tél. : +1 646 746 9673

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

Médias

Pablo Jimenez

Tél. : +1 212 573 9289

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

Aimee Baxter

Tél. : +1 718 650 4003

E-mail : aimee.baxter@ab-inbev.com

Ingvild Van Lysebetten

Tél. : +32 16 276 608

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

A propos d'Anheuser-Busch InBev

Anheuser-Busch InBev est une société cotée en bourse (Euronext : ABI) basée à Leuven, en Belgique, avec des cotations secondaires à la Bourse du Mexique (MEXBOL : ANB) et à la Bourse d'Afrique du Sud (JSE : ANH) et une cotation d'American Depositary Receipts à la Bourse de New York (NYSE : BUD). Notre Rêve est de 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 bière comprend les marques mondiales Budweiser®, Corona® et Stella Artois®, les marques multi-pays Beck's®, Castle®, Castle Lite®, Hoegaarden® et Leffe®, et les championnes locales Aguila®, Antarctica®, Bud Light®, Brahma®, Cass®, Cristal®, Harbin®, Jupiler®, Michelob Ultra®, 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 175 000 collaborateurs basés dans près de 50 pays de par le monde. En 2018, les produits rapportés d'AB InBev s'élevaient à 54,6 milliards d'USD (hors joint-ventures et entités associées).

Annexe 1						
AB InBev au niveau mondial	EX17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'lhs)	612 572	-47 185	-	1 679	567 066	0.3%
dont volumes de nos propres bières	507 692	-10 949	-	3 819	500 561	0.8%
Produits	56 444	-2 600	-1 816	2 591	54 619	4.8%
Coûts des ventes	-21 386	1 373	592	- 938	-20 359	-4.7%
Marge brute	35 058	-1 227	-1 224	1 653	34 259	4.9%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-18 099	603	443	- 65	-17 118	-0.4%
Autres produits/(charges) d'exploitation	854	- 112	- 46	- 17	680	-2.2%
EBIT normalisé	17 814	-736	-827	1 570	17 821	9.0%
EBITDA normalisé	22 084	-751	-954	1 702	22 080	7.9%
Marge EBITDA normalisée	39.1%				40.4%	118 bps
Amérique du Nord	EX17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'lhs)	113 496	76	-	-2 846	110 726	-2.5%
Produits	15 588	19	13	- 117	15 504	-0.8%
Coûts des ventes	-5 777	26	- 6	- 30	-5 788	-0.5%
Marge brute	9 811	44	8	- 147	9 716	-1.5%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-4 361	- 75	- 5	44	-4 396	1.0%
Autres produits/(charges) d'exploitation	36	-	-	4	40	10.7%
EBIT normalisé	5 486	- 31	3	- 99	5 360	-1.8%
EBITDA normalisé	6 329	- 30	4	- 153	6 150	-2.4%
Marge EBITDA normalisée	40.6%				39.7%	-68 bps
Amérique latine Ouest	EX17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'lhs)	110 625	- 71	-	4 922	115 476	4.5%
Produits	9 238	-9	-109	879	9 999	9.5%
Coûts des ventes	-2 555	- 3	32	- 196	-2 722	-7.7%
Marge brute	6 683	-12	-76	682	7 277	10.2%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-2 876	10	32	13	-2 821	0.5%
Autres produits/(charges) d'exploitation	89	-	- 1	- 1	87	-1.5%
EBIT normalisé	3 896	-2	-45	694	4 544	17.8%
EBITDA normalisé	4 512	-2	-52	738	5 196	16.4%
Marge EBITDA normalisée	48.8%				52.0%	306 bps
Amérique latine Nord	EX17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'lhs)	119 374	- 232	-	-4 172	114 969	-3.5%
Produits	9 775	-29	-1 044	288	8 990	3.0%
Coûts des ventes	-3 744	14	389	- 63	-3 404	-1.7%
Marge brute	6 031	-16	-655	225	5 585	3.7%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-3 060	5	318	51	-2 686	1.7%
Autres produits/(charges) d'exploitation	361	-	- 36	- 59	266	-16.3%
EBIT normalisé	3 332	-10	-373	216	3 165	6.5%
EBITDA normalisé	4 180	-10	-462	218	3 926	5.2%
Marge EBITDA normalisée	42.8%				43.7%	95 bps

Amérique latine Sud	EX17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	34 062	238	-	- 325	33 975	-1.0%
Produits	3 363	-218	-990	709	2 863	21.3%
Coûts des ventes	-1 207	- 6	295	- 143	-1 060	-11.9%
Marge brute	2 156	-224	-695	567	1 803	26.7%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 781	15	242	- 166	- 689	-21.4%
Autres produits/(charges) d'exploitation	13	-18	- 11	18	2	138.7%
EBIT normalisé	1 388	-226	-465	419	1 116	30.8%
EBITDA normalisé	1 595	-163	-534	483	1 381	30.8%
Marge EBITDA normalisée	47.4%				48.2%	369 bps

EMEA	EX17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	131 692	-46 445	-	1 929	87 176	2.3%
dont volumes de nos propres bières	89 369	-10 353	-	1 850	80 865	2.3%
Produits	10 344	-2 453	163	319	8 374	4.1%
Coûts des ventes	-4 609	1 418	- 54	- 237	-3 482	-7.7%
Marge brute	5 735	-1 035	110	82	4 892	1.7%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-3 336	704	- 69	- 58	-2 760	-2.2%
Autres produits/(charges) d'exploitation	108	- 29	-	18	98	21.1%
EBIT normalisé	2 507	-359	40	42	2 230	1.9%
EBITDA normalisé	3 349	-440	54	37	3 000	1.3%
Marge EBITDA normalisée	32.4%				35.8%	-100 bps

Asie-Pacifique	EX17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	101 986	95	-	2 185	104 266	2.1%
Produits	7 804	39	155	473	8 470	6.1%
Coûts des ventes	-3 201	- 23	- 72	- 237	-3 533	-7.4%
Marge brute	4 603	16	83	235	4 937	5.1%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-2 735	- 20	- 57	42	-2 770	1.6%
Autres produits/(charges) d'exploitation	168	- 1	4	- 8	163	-5.0%
EBIT normalisé	2 035	-6	30	270	2 330	13.3%
EBITDA normalisé	2 695	-5	49	344	3 082	12.8%
Marge EBITDA normalisée	34.5%				36.4%	218 bps

Exportations Globales et Sociétés Holding	EX17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	1 336	- 846	-	- 13	478	-2.6%
Produits	332	51	-5	41	419	12.2%
Coûts des ventes	- 292	- 52	7	- 32	- 370	-10.8%
Marge brute	40	-2	2	9	49	23.8%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 950	- 36	- 18	7	- 996	0.7%
Autres produits/(charges) d'exploitation	79	- 65	- 2	12	25	89.8%
EBIT normalisé	-830	-102	-18	28	-923	3.0%
EBITDA normalisé	-577	-101	-13	35	-656	5.2%

Annexe 2						
AB InBev au niveau mondial	4T17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'lhs)	145 977	-4 034	-	420	142 363	0.3%
dont volumes de nos propres bières	126 754	-3 307	-	1 502	124 949	1.2%
Produits	14 600	81	-1 193	762	14 250	5.3%
Coûts des ventes	-5 166	- 80	382	- 329	-5 193	-6.5%
Marge brute	9 434	1	-811	433	9 057	4.6%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-4 668	- 70	308	276	-4 154	6.0%
Autres produits/(charges) d'exploitation	307	- 24	- 24	- 93	166	-32.5%
EBIT normalisé	5 073	-94	-527	616	5 068	12.4%
EBITDA normalisé	6 189	-26	-607	610	6 166	10.0%
Marge EBITDA normalisée	42.4%				43.3%	190 bps
Amérique du Nord	4T17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'lhs)	26 231	-	-	- 116	26 114	-0.4%
Produits	3 682	-	-14	32	3 700	0.9%
Coûts des ventes	-1 390	7	4	- 20	-1 399	-1.4%
Marge brute	2 292	7	-10	12	2 301	0.5%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 072	- 23	5	71	-1 019	6.5%
Autres produits/(charges) d'exploitation	14	-	-	14	28	105.0%
EBIT normalisé	1 234	-16	-4	97	1 310	8.0%
EBITDA normalisé	1 457	-16	-5	74	1 510	5.1%
Marge EBITDA normalisée	39.6%				40.8%	165 bps
Amérique latine Ouest	4T17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'lhs)	29 425	- 46	-	1 025	30 405	3.5%
Produits	2 578	-7	-116	245	2 699	9.5%
Coûts des ventes	- 677	5	32	- 13	- 653	-1.9%
Marge brute	1 901	-2	-85	232	2 046	12.2%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 740	1	35	22	- 682	3.0%
Autres produits/(charges) d'exploitation	59	-	- 1	- 40	17	-68.9%
EBIT normalisé	1 219	-2	-51	214	1 380	17.6%
EBITDA normalisé	1 377	-2	-59	228	1 544	16.5%
Marge EBITDA normalisée	53.4%				57.2%	344 bps
Amérique latine Nord	4T17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'lhs)	34 881	- 56	-	-1 206	33 619	-3.5%
Produits	3 134	-7	-431	-1	2 695	0.0%
Coûts des ventes	-1 008	4	161	- 180	-1 023	-17.9%
Marge brute	2 127	-3	-270	-181	1 672	-8.5%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 914	1	114	150	- 648	16.5%
Autres produits/(charges) d'exploitation	129	-	- 12	- 58	59	-44.7%
EBIT normalisé	1 341	-2	-168	-88	1 083	-6.6%
EBITDA normalisé	1 576	-2	-201	-88	1 285	-5.6%
Marge EBITDA normalisée	50.3%				47.7%	-279 bps

Amérique latine Sud	4T17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hls)	10 432	195	-	- 761	9 866	-7.4%
Produits	1 076	227	-472	230	1 060	21.7%
Coûts des ventes	- 354	- 121	121	- 5	- 359	-1.4%
Marge brute	722	106	-351	225	702	31.7%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 212	- 76	104	- 32	- 216	-15.4%
Autres produits/(charges) d'exploitation	8	-5	- 9	12	6	143.4%
EBIT normalisé	518	26	-256	204	492	40.3%
EBITDA normalisé	570	71	-283	217	574	38.8%
Marge EBITDA normalisée	53.0%				54.2%	743 bps

EMEA	4T17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hls)	26 238	-3 762	-	1 007	23 484	4.5%
dont volumes de nos propres bières	24 092	-3 084	-	912	21 920	4.3%
Produits	2 322	-162	-83	106	2 183	5.0%
Coûts des ventes	- 954	53	34	- 23	- 890	-2.7%
Marge brute	1 369	-108	-49	82	1 294	6.4%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 731	47	24	- 19	- 678	-2.7%
Autres produits/(charges) d'exploitation	34	- 17	- 4	- 4	9	-17.6%
EBIT normalisé	671	-79	-28	60	624	9.7%
EBITDA normalisé	891	-59	-35	4	802	0.5%
Marge EBITDA normalisée	38.4%				36.7%	-165 bps

Asie-Pacifique	4T17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hls)	18 381	22	-	472	18 875	2.6%
Produits	1 726	12	-73	128	1 793	7.4%
Coûts des ventes	- 701	- 9	27	- 77	- 760	-11.0%
Marge brute	1 025	3	-46	51	1 033	5.0%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 727	- 9	18	62	- 656	8.5%
Autres produits/(charges) d'exploitation	66	-	- 1	- 28	36	-43.4%
EBIT normalisé	364	-6	-29	84	413	23.3%
EBITDA normalisé	528	-6	-33	127	616	24.2%
Marge EBITDA normalisée	30.6%				34.4%	476 bps

Exportations Globales et Sociétés Holding	4T17	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T18	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hls)	388	- 388	-	-	-	-
Produits	81	17	-3	23	118	28.3%
Coûts des ventes	- 82	- 19	3	- 11	- 110	-12.5%
Marge brute	-1	-2	-1	12	9	282.0%
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 272	- 11	7	22	- 255	7.8%
Autres produits/(charges) d'exploitation	- 2	- 2	4	11	11	123.5%
EBIT normalisé	-275	-15	9	45	-235	15.5%
EBITDA normalisé	-210	-12	9	48	-165	21.4%

Base de référence 2018					
AB InBev au niveau mondial	1T18	2T18	3T18	4T18	EX18
Volumes totaux (milliers d'hl)	134 831	143 685	146 187	142 363	567 066
Produits	13 090	13 764	13 514	14 250	54 619
Coûts des ventes	-5 004	-5 092	-5 042	-5 182	-20 320
Marge brute	8 086	8 672	8 472	9 068	34 299
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-4 318	-4 455	-4 254	-4 181	-17 209
Autres produits/(charges) d'exploitation	186	211	220	197	814
EBIT normalisé	3 955	4 428	4 438	5 084	17 904
EBITDA normalisé	5 120	5 582	5 606	6 284	22 592
Marge EBITDA normalisée	39.1%	40.6%	41.5%	44.1%	41.4%

Amérique du Nord	1T18	2T18	3T18	4T18	EX18
Volumes totaux (milliers d'hl)	24 814	29 813	29 985	26 114	110 726
Produits	3 460	4 181	4 162	3 700	15 504
Coûts des ventes	-1 298	-1 534	-1 539	-1 394	-5 765
Marge brute	2 161	2 647	2 623	2 307	9 738
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	-1 049	-1 179	-1 161	-1 023	-4 413
Autres produits/(charges) d'exploitation	1	1	11	28	40
EBIT normalisé	1 112	1 469	1 473	1 311	5 365
EBITDA normalisé	1 322	1 673	1 683	1 522	6 199
Marge EBITDA normalisée	38.2%	40.0%	40.4%	41.1%	40.0%

Amériques du Centre	1T18	2T18	3T18	4T18	EX18
Volumes totaux (milliers d'hl)	30 738	32 212	31 813	34 039	128 803
Produits	2 705	2 892	2 876	3 141	11 614
Coûts des ventes	- 811	- 851	- 837	- 836	-3 336
Marge brute	1 894	2 041	2 038	2 305	8 278
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 798	- 827	- 776	- 775	-3 176
Autres produits/(charges) d'exploitation	6	21	44	17	88
EBIT normalisé	1 102	1 235	1 306	1 546	5 189
EBITDA normalisé	1 294	1 448	1 514	1 777	6 033
Marge EBITDA normalisée	47.8%	50.1%	52.6%	56.6%	51.9%

Amérique du Sud	1T18	2T18	3T18	4T18	EX18
Volumes totaux (milliers d'hl)	34 088	30 383	31 297	39 851	135 618
Produits	2 861	2 101	1 964	3 313	10 238
Coûts des ventes	-1 082	- 797	- 767	-1 196	-3 842
Marge brute	1 778	1 304	1 197	2 117	6 396
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 868	- 720	- 624	- 764	-2 976
Autres produits/(charges) d'exploitation	82	74	47	65	267
EBIT normalisé	992	657	620	1 418	3 688
EBITDA normalisé	1 257	884	879	1 675	4 696
Marge EBITDA normalisée	44.0%	42.1%	44.7%	50.6%	45.9%

EMEA	1T18	2T18	3T18	4T18	EX18
Volumes totaux (milliers d'hls)	20 549	21 340	21 803	23 484	87 176
Produits	1 919	2 176	2 095	2 183	8 374
Coûts des ventes	- 834	- 887	- 867	- 887	-3 475
Marge brute	1 085	1 289	1 228	1 297	4 898
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 722	- 751	- 699	- 708	-2 879
Autres produits/(charges) d'exploitation	49	68	76	40	232
EBIT normalisé	412	606	605	629	2 251
EBITDA normalisé	660	847	833	846	3 187
Marge EBITDA normalisée	34.4%	38.9%	39.8%	38.7%	38.1%

APAC	1T18	2T18	3T18	4T18	EX18
Volumes totaux (milliers d'hls)	24 296	29 804	31 290	18 875	104 266
Produits	2 040	2 327	2 310	1 793	8 470
Coûts des ventes	- 870	- 958	- 944	- 760	-3 531
Marge brute	1 170	1 369	1 366	1 034	4 939
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 622	- 741	- 750	- 656	-2 769
Autres produits/(charges) d'exploitation	41	43	43	36	163
EBIT normalisé	589	670	659	414	2 333
EBITDA normalisé	772	870	861	628	3 131
Marge EBITDA normalisée	37.8%	37.4%	37.3%	35.0%	37.0%

Global Export and Holding companies	1T18	2T18	3T18	4T18	EX18
Volumes totaux (milliers d'hls)	346	132	0	0	478
Produits	106	87	107	118	419
Coûts des ventes	- 107	- 65	- 88	- 110	- 370
Marge brute	- 1	22	19	9	49
Frais de vente, dépenses administratives et autres frais généraux	- 260	- 236	- 244	- 255	- 996
Autres produits/(charges) d'exploitation	8	5	0	11	25
EBIT normalisé	- 253	- 209	- 225	- 235	- 922
EBITDA normalisé	- 184	- 141	- 164	- 165	- 653