

Bijgaande informatie betreft gereglementeerde informatie in de zin van het Koninklijk Besluit van 14 november 2007 betreffende de verplichtingen van emittenten van financiële instrumenten die zijn toegelaten tot de verhandeling op een gereglementeerde markt.

Tenzij anders aangegeven, zijn onderstaande toelichtingen gebaseerd op organische groeicijfers en verwijzen ze naar 1Q19 vergeleken met dezelfde periode vorig jaar. Zie pagina 16 voor belangrijke disclaimers en meer informatie over de geherformuleerde resultaten voor 2018 en de referentiebasis.

Anheuser-Busch InBev publiceert resultaten voor het eerste kwartaal van 2019

HOOGTEPUNTEN

- We hebben in 1Q19 de goede resultaten van 4Q18 voortgezet met een gezonde volumegroei van 1,3%, een opbrengstengroei van 5,9% en een EBITDA-groei van 8,2%, met een stijging van de marge met 86 basispunten.
- Het aanhoudende succes van onze premiumiseringsstrategie heeft onze volume- en opbrengstengroei ondersteund met een toename van de opbrengsten van onze wereldwijde merken met 8,5% (14,0% buiten de thuismarkten van de merken) en een stijging van de opbrengsten van onze High End Company met nagenoeg 20%.
- In Brazilië hebben we een dubbelcijferige volumegroei van onze bier- en niet-bieractiviteiten gerealiseerd en op die manier in beide categorieën betere resultaten neergezet dan de sector.
- In de VS is de trend van het marktaandeel verder verbeterd en hebben we op dat gebied het beste kwartaalresultaat sinds 4Q12 behaald. Dit hebben we vooral te danken aan onze initiatieven op het vlak van premiumisering en innovatie.
- We hebben opnieuw aanzienlijke vooruitgang geboekt met betrekking tot onze ambitieuze milieudoelstellingen voor 2025, waaronder het verminderen van koolstofemissies doorheen onze waardeketen met 4,5% in het voorbije jaar.

KERNCIJFERS

- **Opbrengsten:** De opbrengsten stegen met 5,9% in 1Q19, en de opbrengsten per hl namen toe met 4,6%, onder impuls van gezonde wereldwijde groei en wereldwijde initiatieven op het vlak van premiumisering en opbrengstenbeheer.
- **Volume:** De totale volumes namen met 1,3% toe, waarbij het volume eigen bieren met 1,0% steeg en het volume niet-bieren een stijging van 4,9% kende.
- **Wereldwijde merken:** De gecombineerde opbrengsten van onze drie wereldwijde merken -Budweiser, Stella Artois en Corona- stegen met 8,5% wereldwijd en met 14,0% buiten hun respectievelijke thuismarkten.
- **Kostprijs Verkochte Goederen (KVG):** In 1Q19 steeg de KVG met 6,0%, en met 4,6% per hl.
- **EBITDA:** De EBITDA steeg met 8,2% in het kwartaal, en de EBITDA-marge kende een stijging met 86 basispunten tot 39,6%, ten gevolge van opbrengstengroei, premiumisering en aanhoudende kostendiscipline.
- **Netto financiële kosten:** De netto financiële kosten (exclusief eenmalige netto financiële opbrengsten/kosten) bedroegen 363 miljoen USD in 1Q19 vergeleken met 1 577 miljoen USD in 1Q18. Het betere resultaat was vooral het gevolg van een marktwaardewinst van 951 miljoen USD in 1Q19 gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's, vergeleken met een verlies van 242 miljoen USD in 1Q18, wat goed is voor een schommeling van 1 193 miljoen USD.
- **Belastingen:** De genormaliseerde effectieve aanslagvoet (EAV) daalde van 28,0% in 1Q18 naar 20,1% in 1Q19. Wanneer geen rekening gehouden wordt met de impact van winsten ten gevolge van de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's, bedroeg onze genormaliseerde EAV 27,7% in 1Q19 tegenover 25,4% in 1Q18.
- **Winst:** De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev bedroeg 2 516 miljoen USD in 1Q19, in vergelijking met 1 443 miljoen USD in 1Q18. De onderliggende winst (genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev exclusief marktwaardewinsten gekoppeld aan de

afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's en de impact van hyperinflatie) bedroeg 1 572 miljoen USD in 1Q19 ten opzichte van 1 685 miljoen USD in 1Q8.

- **Winst per aandeel (WPA):** De genormaliseerde winst bedroeg 1,27 USD in 1Q19 in vergelijking met 0,73 USD in 1Q18, aangezien de WPA positief werd beïnvloed door marktwaardewinsten gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's. De onderliggende WPA (genormaliseerde WPA exclusief marktwaardewinsten gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's en de impact van hyperinflatie) bedroeg 0,79 USD in 1Q19 ten opzichte van 0,85 USD in 1Q18 aangezien onze sterke resultaten meer dan tenietgedaan werden door de negatieve impact van ongunstige wisselkoerseffecten.
- **Combinatie met SAB:** De bedrijfsintegratie was goed voor 100 miljoen USD aan synergieën en kostenbesparingen in 1Q19. We hebben nu 3 038 miljoen USD van de verwachte 3,2 miljard USD aan synergieën en kostenbesparingen op basis van constante wisselkoersen vanaf augustus 2016 gerealiseerd.

Tabel 1. Geconsolideerde resultaten (miljoen USD)

		1Q18	1Q18	1Q19	Interne
		Geheformuleerd	Referentiebasis		groei
Volumes (duizend hls)		134 831	134 831	133 462	1.3%
	AB InBev eigen bieren	118 351	118 351	117 016	1.0%
	Niet-biervolumes	15 342	15 342	15 551	4.9%
	Producten van derden	1 138	1 138	895	-20.7%
Opbrengsten		13 095	13 090	12 589	5.9%
Brutowinst		8 094	8 086	7 714	5.8%
Brutomarge		61.8%	61.8%	61.3%	-5 bps
Genormaliseerde EBITDA		5 126	5 120	4 989	8.2%
Genormaliseerde EBITDA-marge		39.1%	39.1%	39.6%	86 bps
Genormaliseerde EBIT		3 960	3 955	3 838	8.9%
Genormaliseerde EBIT-marge		30.2%	30.2%	30.5%	57 bps
Winst toe te rekenen aan houders		1 019		3 571	
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten		1 443		2 516	
Onderliggende winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten		1 685		1 572	
Winst per aandeel (USD)		0.52		1.80	
Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten) (USD)		0.73		1.27	
Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten) (USD)		0.85		0.79	

Tabel 2. Volumes (duizend hls)

	1Q18	Scope	Interne	1Q19	Interne groei	
	Referentiebasis		groei	Totale volume	Volume eigen bieren	
Noord-Amerika	24 814	-	- 292	24 522	-1.2%	-1.2%
Midden-Amerika	30 738	- 54	- 171	30 513	-0.6%	-1.2%
EMEA	20 549	-2 812	419	18 156	2.4%	2.4%
Zuid Amerika	34 088	167	2 013	36 268	5.9%	5.6%
Azië	24 296	-	- 310	23 986	-1.3%	-0.3%
Globale Export en Holdingmaatschappijen	346	-346	16	16	-	-
AB InBev Wereldwijd	134 831	-3 045	1 676	133 462	1.3%	1.0%

COMMENTAAR VAN HET MANAGEMENT

2019 is goed begonnen aangezien we onze goede resultaten van 4Q18 nog versterkt hebben in 1Q19. De opbrengsten stegen met 5,9% dankzij een volumegroei van 1,3% (eigen bieren +1,0%, niet-bieren +4,9%) en een stijging van de opbrengsten per hl met 4,6%, wat in de lijn ligt van onze verwachtingen inzake een evenwichtiger opbrengstengroei.

De opbrengstenresultaten werden positief beïnvloed door sterke prestaties op verschillende van onze sleutelmarkten, waaronder Brazilië, China, de VS, Europa, Colombia en Nigeria. We hebben een bijzonder sterke volumegroei gerealiseerd op markten als Brazilië, Nigeria, Europa, Peru en Colombia. Die groei werd gedeeltelijk tenietgedaan door zwakkere volumeprestaties op markten zoals Zuid-Afrika en Argentinië, waar de consument onder druk blijft staan door het uitdagende macro-economische klimaat. Daarnaast had de latere timing van Pasen een negatieve impact op de resultaten op markten waar deze feestdag een belangrijke consumptiegelegenheid is, zoals de VS, Mexico, Colombia, Zuid-Afrika en Australië. We verwachten dat deze latere timing van Pasen geen impact zal hebben op de resultaten over een periode van zes maanden.

Brazilië zette dit kwartaal de beste volumeprestaties neer met een dubbelcijferige groei van de bier- en niet-bieractiviteiten en presteerde op die manier beter dan de sector. Onze volumes zijn toegenomen binnen alle segmenten van onze portefeuille, en we danken deze uitstekende resultaten in aanzienlijke mate aan recente innovaties en lijnextensies zoals Skol Puro Malte en onze met lokale ingrediënten gebrouwen betaalbare bieren Nossa en Magnifica. We hebben ook opnieuw marktaandeel veroverd in het groeiende premiumsegment, wat ons sterkt in onze overtuiging dat een superieure merkenportefeuille noodzakelijk is om niet alleen in Brazilië maar ook wereldwijd groei in dit segment te realiseren.

We blijven onze prestaties in de VS verbeteren dankzij een aangepaste commerciële strategie die focust op premiumisering en innovatie. Mede dankzij de uitstekende resultaten van vorig jaar werd de opbrengstengroei in 1Q19 ondersteund door ons beste resultaat van de afgelopen 25 kwartalen voor wat de trend van het marktaandeel betreft en kenden we een daling van het marktaandeel met slechts 10 basispunten.

Onze volume- en opbrengstenresultaten blijven wereldwijd een positief effect ondervinden van de positieve merkenmix onder impuls van de groei van onze ongeëvenaarde portefeuille premiummerken. Onze wereldwijde merken kende een opbrengstenstijging van 8,5% wereldwijd en van 14,0% buiten de thuismarkten, en onze High End Company realiseerde een opbrengstenstijging van 19,9%.

De EBITDA nam met 8,2% toe in 1Q19, met een groei van de marge met 86 basispunten tot 39,6%. Deze stijging was het gevolg van een operationeel hefboomeffect van de sterke opbrengstenresultaten alsook een gunstige merkenmix, aanhoudende kostendiscipline en de verdere realisatie van synergieën uit de combinatie met SAB, waarbij deze effecten deels tenietgedaan werden door hogere grondstofprijzen en ongunstige valuta-omrekeningsverschillen.

We blijven goede vooruitgang boeken met betrekking tot onze in maart 2018 gelanceerde milieudoelstellingen voor 2025, waaronder het over onze waardeketen heen verminderen van koolstofemissies met 4,5% in het voorbije jaar. Zo hebben we elektrische voertuigen succesvol getest om ons wagenpark in Mexico en Colombia mee uit te breiden en hebben we niet minder dan 800 Nikola vrachtwagens besteld in de VS. Dit brengt ons dichterbij onze wereldwijde doelstelling om onze koolstofemissies binnen onze volledige waardeketen met 25% te verminderen tegen 2025, wat aansluit op de duurzame klimaatsdoelstellingen van de VN.

Verder onderzoeken we actief om een potentiële notering van een minderheidsbelang van onze Aziatische activiteiten op de beurs van Hong Kong. Of we hiermee door zullen gaan, hangt af van een aantal factoren, waaronder de waardering en de geldende marktomstandigheden.

Dit initiatief is zinvol indien we erin slagen een Aziatische kampioen te creëren binnen de sector van consumptiegoederen. Bovendien bieden onze superieure merkenportefeuille en onze leidinggevende positie in de biersector een aantrekkelijk platform voor potentiële fusies en overnames in de regio.

We erkennen dat de notering van een minderheidsbelang onze schuldafbouw zou versnellen. Niettemin is ons engagement om de verhouding tussen onze nettoschuld en onze EBITDA tegen eind 2020 af te bouwen tot minder dan 4x niet afhankelijk van de uitvoering van een dergelijke transactie.

We blijven ervan overtuigd dat we dankzij onze sterke commerciële plannen, uitstekende merkenportefeuilles, diverse geografische voetafdruk, ongeëvenaarde operationele efficiëntie en sterk arsenaal aan geëngageerde en getalenteerde medewerkers heel goed gepositioneerd zijn om in 2019 maar ook daarna sterke resultaten te blijven neerzetten. We blijven ons engageren om deze resultaten te benutten om de wereldwijde biercategorie aan te sturen en positioneren ons tegelijkertijd om duurzame langetermijngroei te realiseren.

VOORUITZICHTEN VOOR 2019

- (i) **Algemeen resultaat:** We verwachten dat onze **opbrengsten** en **EBITDA** in FY19 een mooie groei zullen kennen onder impuls van de sterke resultaten van onze merkenportefeuille en degelijke commerciële plannen. Ons groeimodel is nog sterker gefocust op uitbreiding van de categorie en streeft naar opbrengstengroei met een beter evenwicht tussen volume en opbrengsten per hl. We verwachten dat de opbrengsten per hl sterker zullen groeien dan de inflatie onder impuls van premiumisering en initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer en dat de kosten (som van KVG en VAA) onder de inflatie zullen blijven.
- (ii) **Kostprijs Verkochte Goederen:** We verwachten dat de KVG per hl een gemiddelde eencijferige groei zal kennen, waarbij nadelige valutaschommelingen en stijgende grondstofprijzen gecompenseerd zullen worden door initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer.
- (iii) **Synergieën:** We houden vast aan onze verwachting inzake 3,2 miljard USD aan synergieën en kostenbesparingen bij constante wisselkoersen vanaf augustus 2016. Van dit totale bedrag werd 547 miljoen USD door het voormalige SAB gerapporteerd op datum van 31 maart 2016 en werd 2 491 miljoen USD tussen 1 april 2016 en 31 maart 2019 gerealiseerd. Het saldo van ongeveer 150 miljoen USD zal naar verwachting tegen eind 2019 worden gerealiseerd.
- (iv) **Netto financiële kosten:** We schatten dat de gemiddelde coupon op de brutoschuld in FY19 tussen 3,75 en 4,00% zal bedragen. De netto-interestkosten voor pensioenen en de periodetoerekeningskosten, inclusief wijzigingen onder IFRS 16 (leaserapportage), zullen naar verwachting ongeveer 160 miljoen USD per kwartaal bedragen. De netto financiële kosten zullen invloed blijven ondervinden van potentiële winsten en verliezen die verband houden met de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's.
- (v) **Effectieve aanslagvoet (EAV):** We verwachten dat de genormaliseerde EAV in FY19 tussen 25% en 27% zal liggen, exclusief eventuele winsten of verliezen gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde programma's.
- (vi) **Netto-investeringsuitgaven:** We verwachten dat de netto-investeringsuitgaven tussen 4,0 en 4,5 miljard USD zullen bedragen in FY19.
- (vii) **Schuld:** Ongeveer 44% van onze brutoschuld is uitgedrukt in andere valuta dan de US dollar, hoofdzakelijk in Euro. Onze optimale kapitaalstructuur blijft een verhouding tussen de nettoschuld en de EBITDA van rond de 2x. We verwachten dat de verhouding tussen nettoschuld en EBITDA lager dan 4x zal zijn einde 2020.
- (viii) **Dividenden:** We verwachten dat de dividenden na verloop van tijd zullen toenemen, ook al wordt verondersteld dat de groei op korte termijn beperkt zal blijven gezien onze verbintenissen op het vlak van schuldafbouw.

OVERZICHT VAN DE BEDRIJFSACTIVITEITEN**Verenigde Staten**

In de VS resulteerde de aanhoudende implementatie van onze commerciële strategie tot een opbrengstengroei van 1,6% in 1Q19. De opbrengsten per hl stegen met 2,6% onder impuls van de premiumisering van onze portefeuille en onze initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer. We schatten dat de leveringen aan kleinhandelaren (VAK) in de sector met 1,6% gedaald zijn in 1Q19. Onze eigen VAK daalden met 1,9%, terwijl onze leveringen aan groothandelaren (VAG) met 0,9% afnamen.

De trend van ons marktaandeel blijft verbeteren aangezien we investeren in de aanhoudende goede resultaten van onze portefeuille Above Core-merken en de stabilisatie van onze Core-merken en goedkope merken. Negen van onze merken behoorden tot de vijftien sterkste marktaandeelstijgers van het land in 1Q19 volgens IRI en droegen bij tot een geschatte daling van het totale marktaandeel met 10 basispunten, het beste kwartaalresultaat sinds 4Q12 wat de trend van het marktaandeel betreft.

Onze portefeuille Above Core-merken deed het opnieuw beter dan de sector en veroverde 90 basispunten marktaandeel volgens onze schattingen. De belangrijkste stijgers waren Michelob Ultra, onze portefeuille regionale ambachtelijke bieren, Bon & Viv Spiked Seltzer en onze innovaties in het segment. Michelob Ultra blijft uitstekende resultaten voorleggen en zet opnieuw de toon in de sector als de snelste stijger in de VS op het vlak van marktaandeel. Onze portefeuille regionale ambachtelijke bieren kende een dubbelcijferige groei in 1Q19 en droeg op die manier bij aan onze inspanningen op het vlak van premiumisering. Onze innovaties binnen het Above Core-segment zetten opnieuw sterke resultaten neer en veroverden marktaandeel. De belangrijkste stijgers waren Michelob Ultra Pure Gold Organic, Bud Light Orange en de Budweiser Reserve-reeks.

Het pilssegment blijft onder druk staan aangezien de consument overschakelt op duurdere merken. Daardoor hebben onze merken in de segmenten Core en Core Light alsook onze goedkope merken naar schatting 100 basispunten marktaandeel verloren in 1Q19. Binnen het pilssegment realiseerde onze portefeuille een lichte stijging van het marktaandeel vergeleken met een verlies van 35 basispunten marktaandeel in FY18, onder invloed van betere prestaties van onze goedkope merken, in het bijzonder de Natural-familie, terwijl de trend van het marktaandeel van Budweiser en Bud Light onveranderd bleef. Na de lancering van onze meest recente Super Bowl-campagne, waarin vooral Bud Lights engagement voor kwaliteit en transparantie onder de aandacht wordt gebracht, zien we positieve initiële signalen op het vlak van merkgezondheid aangezien Bud Light in 1Q19 nagenoeg het beste resultaat van de afgelopen drie jaar heeft neergezet voor wat de belangrijkste merkgezondheidsparameters betreft.

De EBITDA steeg met 2,5% in 1Q19, en de marge kende een stijging met 34 basispunten tot 39,6%, onder impuls van onze premiumiseringsstrategie en de aanhoudende optimalisatie van onze kostenbasis.

Mexico

De opbrengsten kenden een lage eencijferige groei en de opbrengsten per hl noteerden een gemiddelde eencijferige stijging onder impuls van initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer gekoppeld aan een gunstige merkenmix. De opbrengstenresultaten werden negatief beïnvloed door een volumedaling van net geen 4% in het eerste kwartaal van het jaar ondanks het feit dat we het beter gedaan hebben dan de sector in 1Q19 volgens onze schattingen. Deze daling is volledig te wijten aan de latere timing van Pasen, en we verwachten dat deze latere timing geen impact zal hebben op de resultaten over een periode van zes maanden.

We hebben een sterke groei genoteerd in onze belangrijkste focussegmenten onder impuls van onze commerciële activeringen. Deze groei was vooral te danken aan de sterkte van onze portefeuille Core-merken, die sterk aanwezig zijn op de markt van de klassieke pilsbieren in lijn met het kader voor de uitbreiding van de categorie. Deze positionering wordt versterkt door nieuwe campagnes, die de kwaliteit en traditie van de merken onder de aandacht brengen. Daarnaast blijft onze portefeuille premiummerken een aanzienlijke bijdrage leveren aan onze resultaten, met als belangrijkste stijgers Michelob Ultra (groei van meer dan 30%) en Stella Artois (groei van meer dan 80%).

In het eerste kwartaal van 2019 hebben we een aantal belangrijke mijlpalen bereikt voor ons bedrijf in Mexico. In maart hebben we een contract getekend met OXXO, de grootste retailer in Mexico, om onze portefeuille bieren in hun meer dan 17 000 winkels te verkopen en zo meer consumenten op meer gelegenheden te bereiken. Op 1 april 2019 ging de overeenkomst van kracht in de centrale westelijke regio, inclusief het grootstedelijk gebied van Guadalajara, en tegen medio 2019 zal de overeenkomst ook van toepassing zijn in andere centrale regio's, inclusief Mexico-Stad. Tegen het einde van de eerste helft van 2019 zullen we zo in totaal meer dan 4 000 winkels bereiken. Het toepassingsgebied van de overeenkomst zal zich geleidelijk uitbreiden naar heel Mexico tegen eind 2022. Begin maart was er ook de plechtige opening van onze Centro-brouwerij, die niet alleen onze lokale productie versterkt om groei te ondersteunen maar ons ook in staat stelt om onze distributievoetafdruk te optimaliseren.

De EBITDA kende een dubbelcijferige stijging in 1Q19 met een groei van de marge met 460 basispunten tot 47,8%. Het resultaat was vooral te danken aan een gunstige merkenmix, daling van de distributiekosten ten gevolge van optimalisatie van de voetafdruk en aanhoudende kostendiscipline.

Colombia

In Colombia hebben we dit kwartaal een hoge eencijferige opbrengstengroei genoteerd die ondersteund werd door een hoge eencijferige stijging van de opbrengsten per hl onder impuls van een positieve merkenmix die het gevolg was van aanhoudende sterke prestaties van onze portefeuille wereldwijde merken. Ondanks de negatieve impact van de latere timing van Pasen kende het totale volume een lage eencijferige stijging, met groei van het volume bieren en niet-bieren.

Onze portefeuille wereldwijde merken groeide met meer dan 60%, vooral ten gevolge van uitzonderlijk sterke resultaten van Budweiser. Onze portefeuille lokale merken deed het ook goed dankzij succesvolle commerciële initiatieven achter onze merken Aguila, Poker en Club Colombia.

De EBITDA kende een dubbelcijferige stijging in 1Q19 en de marge groeide met bijna 300 basispunten onder impuls van opbrengstengroei en de verdere realisatie van synergieën.

Brazilië

Onze activiteiten in Brazilië kenden dit jaar een hele sterke start met een stijging van de totale opbrengsten met 16,7% in het kwartaal. Dit was deels te danken aan een groei van de opbrengsten per hl met 3,9% en een volumegroei van 12,4%, waarbij onze bier- en niet-bieractiviteiten robuuste resultaten neerzetten (volume bieren +11,2%, volume niet-bieren +16,3%) ten opzichte van de volumes in de sector, die overeenkomstig onze schattingen een lage eencijferige groei kenden voor beide categorieën.

De sterke groei had een brede basis aangezien het volume in alle segmenten van onze portefeuille is toegenomen en ondersteund werd door de latere timing van carnaval ten opzichte van vorig jaar, waardoor er sprake was van gunstige vergelijkbare cijfers. We blijven marktaandeel veroveren in het groeiende premiumsegment dankzij onze portefeuille wereldwijde merken, die goed zijn voor een groei van meer dan 50%, en onze lokale premiummerken, die een dubbelcijferige groei kenden. Onze Core Plus-merken

hebben het ook goed gedaan, met als belangrijkste stijger Bohemia, die een driecijferige groei liet optekenen. Onze portefeuille Core-merken sloot dit kwartaal opnieuw aan bij de groei en ondervond een positief effect van de lancering van Skol Puro Malte, een innovatie die consumenten de kans biedt om in het Core-segment voor een puur moutbier te opteren. De eerste resultaten zijn alvast heel bemoedigend. Daarnaast hebben we de productie en verkoop van Nossa en Magnifica, twee betaalbare merken die met door lokale landbouwers geteelde ingrediënten gebrouwen worden, verder opgedreven. Tot op heden zijn de resultaten heel positief. We blijven op zoek gaan naar nieuwe opportuniteiten om de schaal van dit initiatief te vergroten in de relevante deelstaten en onze aanwezigheid in het segment van de goedkope merken te versterken met marges die vergelijkbaar zijn met die van onze Core-merken.

De EBITDA steeg met 8,5% terwijl de marge met 310 basispunten daalde tot 40,7%. De opbrengstengroei werd deels tenietgedaan door een hogere kostprijs verkochte goederen, die druk op onze marges zette en hoofdzakelijk het gevolg was van hogere prijzen voor aluminium en gerst en een negatieve impact van de devaluatie van transactievaluta. Dit resultaat was in lijn met onze verwachting dat de kostprijs verkochte goederen in Brazilië met ongeveer 15% zal toenemen in 2019, waarbij deze stijging vooral in de eerste drie kwartalen van het jaar zal plaatsvinden. Daarnaast werden we geconfronteerd met een stijging van onze VAA-kosten ten gevolge van de timing van de voorzieningen voor variabele compensatie, waarbij die stijging gedeeltelijk gecompenseerd werd door aanhoudende kostendiscipline.

Zuid-Afrika

1Q19 was zoals verwacht erg uitdagend in Zuid-Afrika. De opbrengsten kenden een gemiddelde eencijferige daling, vooral onder impuls van lagere volumes ten gevolge van de latere timing van Pasen en een lagere vraag van de consument. Dit was te wijten aan een aanhoudend uitdagend macro-economisch klimaat en een aanhoudende verschuiving binnen de segmentenmix naar het premiumsegment, waar ons marktaandeel nog altijd lager is dan ons gemiddeld marktaandeel. De opbrengsten per hl bleven stabiel in 1Q19 ten gevolge van de timing van onze initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer.

Onze portefeuille luxemerken blijft een dubbelcijferige groei noteren, en we hebben ten opzichte van 1Q18 meer dan 6 procentpunten marktaandeel veroverd in het groeiende premiumsegment. Dit was vooral te danken aan de sterke resultaten van Corona en Budweiser. In het Core-segment, dat elastischer is en meer blootstaat aan macro-economische uitdagingen, bleven onze volumes onder druk staan.

De EBITDA is met ongeveer 15% gedaald en de EBITDA-marge is met ongeveer 600 basispunten gekrompen ten gevolge van lagere volumes en hogere distributiekosten gekoppeld aan een significante stijging van onze marketinginvesteringen binnen het kader van onze groeiende wereldwijde merken en op de horeca gerichte programma's.

China

De opbrengsten stegen met 7,8% in China onder impuls van een groei van de opbrengsten per hl met 9,0% en een daling van de volumes met 1,1%. De daling van de volumes had vooral te maken met de timing van het Chinese nieuwjaar, dat dit jaar eerder viel dan vorig jaar, waardoor er een verschuiving was van 1Q19 naar 4Q18. We blijven streven naar een gezonde merkenmix en aanhoudende premiumisering aangezien we op die manier een sterke groei van de opbrengsten per hl gerealiseerd hebben.

Budweiser blijft het heel erg goed doen met een gemiddelde eencijferige volumestijging onder impuls van de succesvolle activering van het Chinese nieuwjaar en de lancering van de nieuwe wereldwijde campagne "Be A King". Onze portefeuille superpremiermerken kende een dubbelcijferige volumegroei dankzij heel sterke resultaten van Corona, Franziskaner en Hoegaarden. In het Core Plus-segment hebben we Harbin

Crystal gelanceerd. Dit makkelijk drinkbare pilsbier stimuleert onze jongere consumenten die de minimumleeftijd voor de consumptie van alcohol bereikt hebben om over te schakelen op duurdere merken door belangrijke culturele passiepunten te activeren. Onze e-commerce activiteiten blijven ook aan belang winnen, met een aanhoudende dubbelcijferige volumegroei.

De EBITDA steeg met 18,8% en de EBITDA-marge kende een stijging met 367 basispunten ten gevolge van sterke opbrengstengroei, premiumisering en een betere kostenefficiëntie.

Hoogtepunten van onze andere markten

In **Canada** kenden de opbrengsten in 1Q19 een lage eencijferige daling die vooral te wijten was aan een zwakkere bierindustrie en onze marktaandeelresultaten in het segment goedkope merken, welke gedeeltelijk gecompenseerd werden door het aanhoudende succes van onze strategie om consumenten ertoe aan te zetten duurdere producten te kopen. Onze High End Company in Canada groeit sneller dan de sector; dit is vooral te danken aan de dubbelcijferige volumegroei van onze premium importmerken. Onze belangrijkste merken, Core-merken en Core Plus-merken zetten eveneens opnieuw sterke resultaten neer; Bud Light boekte wederom marktaandeelwinst en Michelob Ultra bleef het sterkst groeiende merk van het kwartaal.

In **Peru** hebben we in 1Q19 een lage eencijferige volumestijging en hoge eencijferige opbrengstenstijging gerealiseerd mede dankzij initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer en een positieve merkenmix gekoppeld aan de aanhoudende groei van onze wereldwijde merken. In **Ecuador** zijn de opbrengsten licht toegenomen ondanks een lage eencijferige volumedaling ten gevolge van een uitdagende macro-economische omgeving. We hebben in 1Q19 naar schatting 120 basispunten marktaandeel veroverd op de totale alcoholmarkt dankzij de aanhoudende groei van onze wereldwijde merken en een succesvolle betaalbaarheidsstrategie.

In **Argentinië** hadden we nog steeds te kampen met een heel moeilijke macro-economische omgeving die heel wat druk op de consument zette, waardoor onze volumes met ongeveer 15% gedaald zijn in 1Q19, maar we noteerden wel een opbrengstenstijging dankzij onze initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer. We behouden het vertrouwen in de onderliggende sterkte van onze merken en focussen op het aanbieden van een diverse portefeuille om op verschillende gelegenheden aan diverse noden van de consument te voldoen. Onze premiummerken, met als belangrijkste vertegenwoordigers Stella Artois, Corona en Patagonia, deden het goed en veroverden marktaandeel binnen het groeiende premiumsegment. We zijn nog altijd heel blij dat we Budweiser terughebben en verfijnen onze strategieën om nog betere resultaten te boeken met het merk nu het deel uitmaakt van onze portefeuille. Aangezien we geconfronteerd worden met een uitdagende consumentenomgeving, hebben we nieuwe betaalbare herbruikbare verpakkingen gelanceerd voor onze Core-merken Quilmes en Brahma zodat de consument toegankelijke keuzes kan maken in deze moeilijke macro-economische context.

Binnen EMEA hebben we in **Europa** een gemiddelde eencijferige opbrengstenstijging en een gemiddelde eencijferige, brede volumegroei genoteerd en marktaandeel veroverd op het merendeel van de markten waar wij actief zijn. In het VK hebben we opnieuw een volumestijging gerealiseerd en ons marktaandeel vergroot dankzij onder andere een dubbelcijferige groei van zowel Budweiser als Bud Light. De lancering van Budweiser heeft onze portefeuille versterkt in Frankrijk, waar we marktaandeel blijven veroveren onder impuls van een gemiddelde eencijferige volumegroei. In België hebben we bovendien een gemiddelde eencijferige stijging van onze volumes genoteerd dankzij goede resultaten in het horecasegment alsook in het thuisverbruiksegment. In **Afrika** (zonder Zuid-Afrika) noteerden we opnieuw volumegroei op al onze markten uitgezonderd in Mozambique (wegens de verwoestende effecten van een zware cycloon) en Tanzania (wegens de latere timing van Pasen). Nigeria blijft de toon zetten met een stijging van de opbrengsten per hl en een aanhoudende dubbelcijferige volumegroei dankzij sterke resultaten van de portefeuille Core-merken alsook van Budweiser in het premiumsegment.

In **Australië** was een lage eencijferige opbrengstendaling te wijten aan lagere volumes gekoppeld aan de latere timing van Pasen alsook aan zwakkere prestaties van de sector binnen het kader van een daling van het consumentenvertrouwen. De verschuiving binnen de segmentenmix naar makkelijk drinkbare en premiumproducten zet zich door, met als gevolg een dubbelcijferige volumegroei voor onze Great Northern-franchise en onze portefeuille ambachtelijke bieren bestaande uit 4 Pines en Pirate Life. Corona kende opnieuw een volumegroei dankzij betere merkgezondheidsparameters.

GECONSOLIDEERDE RESULTATENREKENING

Tabel 3. Geconsolideerde resultatenrekening (miljoen USD)

	1Q18 Geherformuleerd	1Q18 Referentiebasis	1Q19	Interne groei
Opbrengsten	13 095	13 090	12 589	5.9%
Kostprijs verkochte goederen	-5 002	-5 004	-4 875	-6.0%
Brutowinst	8 094	8 086	7 714	5.8%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-4 320	-4 318	-4 036	-2.5%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	186	186	160	-5.9%
Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige opbrengsten/(kosten)	3 960	3 955	3 838	8.9%
Eenmalige opbrengsten/(kosten) boven EBIT	- 96		- 45	
Netto financiële opbrengsten/ (kosten)	-1 577		- 363	
Eenmalige netto financiële opbrengsten/ (kosten)	- 330		1 122	
Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen	57		53	
Belastingen	- 666		- 723	
Winst	1 346		3 882	
Winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen	327		311	
Winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 019		3 571	
Genormaliseerde EBITDA	5 126	5 120	4 989	8.2%
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 443		2 516	

Eenmalige opbrengsten en kosten boven EBIT

Tabel 4. Eenmalige opbrengsten/(kosten) boven EBIT (miljoen USD)

	1Q18	1Q19
Herstructurering	- 54	- 28
Verwervingskosten van bedrijfscombinaties	- 15	- 7
Verkoop van activiteiten en activa (inclusief bijzondere waardeverminderingen)	- 27	- 10
Impact op bedrijfsresultaat	- 96	- 45

Het genormaliseerde bedrijfsresultaat is exclusief 45 miljoen USD aan eenmalige kosten in 1Q19, vooral ten gevolge van de eenmalige kosten in verband met de integratie van SAB.

Netto financiële opbrengsten/(kosten)

Tabel 5. Netto financiële opbrengsten/ (kosten) (miljoen USD)

	1Q18	1Q19
	Geherformuleerd	
Netto-interestkosten	- 969	- 973
Netto-interestkosten voor pensioenen	- 24	- 25
Periode toerekeningkosten	- 111	- 144
Aanpassing aan marktwaarde	- 242	951
Overige financiële resultaten	- 231	- 172
Netto financiële opbrengsten/ (kosten)	-1 577	- 363

De netto financiële kosten werden positief beïnvloed door de marktwaardewinsten gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's. Het aantal aandelen die opgenomen zijn in de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's en de start- en slotkoers van de aandelen worden weergegeven in onderstaande tabel 6.

Tabel 6. Afdekking van op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's

	1Q18	1Q19
Aandelenkoers per begin kwartaal (euro per aandeel)	93.13	57.70
Aandelenkoers per einde kwartaal (euro per aandeel)	89.28	74.76
Aantal eigen-vermogeninstrumenten per einde periode (miljoen)	46.9	46.9

Enmalige netto financiële opbrengsten/(kosten)

Tabel 7. Eenmalige netto financiële opbrengsten/ (kosten) (miljoen USD)

	1Q18	1Q19
Aanpassing aan marktwaarde (Grupo Modelo instrument voor uitgestelde aandelen)	- 117	468
Andere aanpassing aan marktwaarde	- 114	455
Kosten gerelateerd aan vervroegde terugbetaling van obligaties & andere	- 98	199
Eenmalige netto financiële opbrengsten/ (kosten)	- 330	1 122

De eenmalige netto financiële opbrengsten omvatten marktwaardewinsten op afgeleide instrumenten aangaan ter afdekking van de aandelen die uitgegeven werden in het kader van de combinaties met Grupo Modelo en SAB.

Een overzicht van het aantal aandelen die opgenomen zijn in de afdekking van het instrument voor uitgestelde aandelen en van de beperkte aandelen wordt samen met de start- en slotkoers van de aandelen weergegeven in tabel 8.

Tabel 8. Eenmalige uitgestelde aandelen instrumenten

	1Q18	1Q19
Aandelenkoers per begin kwartaal (euro per aandeel)	93.13	57.70
Aandelenkoers per einde kwartaal (euro per aandeel)	89.28	74.76
Aantal eigen-vermogeninstrumenten per einde periode (miljoen)	45.5	45.5

Belastingen

Tabel 9. Belastingen (miljoen USD)

	1Q18	1Q19
	Gerapporteerd	
Belastingen	666	723
Effectieve Aanslagvoet	34.1%	15.9%
Genormaliseerde Effectieve Aanslagvoet	28.0%	20.1%
Genormaliseerde Effectieve Aanslagvoet exclusief aanpassing aan marktwaarde	25.4%	27.7%

De stijging van onze genormaliseerde EAV exclusief marktwaardewinsten en -verliezen gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's houdt vooral verband met de landenmix.

Winst, genormaliseerde winst en onderliggende winst

Tabel 10. Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten (miljoen USD)

	1Q18	1Q19
	Geherformuleerd	
Winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 019	3 571
Enmalige opbrengsten en kosten, voor belastingen	96	45
Enmalige financiële (opbrengsten)/kosten, voor belastingen	330	-1 122
Enmalige belastingen	- 2	24
Enmalige minderheidsbelangen	- 1	- 2
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten	1 443	2 516
Onderliggende winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 685	1 572

De genormaliseerde winst toerekenbaar aan de houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev is gestegen, voornamelijk wegens lagere netto financiële kosten als gevolg van de positieve impact van marktwaardewinsten op de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's. De onderliggende winst toerekenbaar aan de houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev daalde van 1 685 miljoen USD in 1Q18 tot 1 572 miljoen USD in 1Q19 aangezien onze sterke resultaten meer dan tenietgedaan werden door de negatieve impact van ongunstige wisselkoerseffecten.

Basis-WPA, genormaliseerde WPA en onderliggende WPA

Tabel 11. Winst per aandeel (USD)

	1Q18	1Q19
	Geherformuleerd	
Basis-WPA	0.52	1.80
Enmalige opbrengsten en kosten, voor belastingen	0.05	0.02
Enmalige financiële (opbrengsten)/kosten, voor belastingen	0.17	-0.57
Enmalige belastingen	-	0.01
Genormaliseerde WPA	0.73	1.27
Onderliggende WPA	0.85	0.79

Tabel 12. Belangrijkste drijfveren van de genormaliseerde & onderliggende WPA (USD)

	1Q18	1Q19
	Geherformuleerd	
Genormaliseerde EBIT exclusief hyperinflatie	2.01	1.96
Hyperinflatie impact op genormaliseerde EBIT	-	-0.02
Genormaliseerde EBIT	2.01	1.94
Aanpassing aan marktwaarde (afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's)	-0.12	0.48
Netto financiële kosten	-0.68	-0.66
Belastingen	-0.34	-0.36
Geassocieerde deelnemingen & minderheidbelangen	-0.14	-0.13
Genormaliseerde WPA	0.73	1.27
Aanpassing aan marktwaarde (afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's)	0.12	-0.48
Hyperinflatie impact op WPA	-	-
Onderliggende WPA	0.85	0.79

Toepassing van boekhoudkundige correcties voor de hyperinflatie in Argentinië

Na het bereiken van een cumulatief inflatiecijfer van meer dan 100% over drie jaar tijd rapporteren we, vanaf de bekendmaking van de resultaten van 3Q18, waarin we verslag uitbrachten over de impact van de hyperinflatie voor de eerste negen maanden van 2018, de Argentijnse resultaten met de boekhoudkundige correcties voor hyperinflatie.

We hebben de referentiebasis voor 2018 (tot genormaliseerde EBIT) aangepast op basis van de impact van boekhoudkundige correcties voor hyperinflatie in Argentinië alsof we al sinds 1 januari 2018 boekhoudkundige correcties voor hyperinflatie toepassen.

Hyperinflatie had de volgende impact op onze opbrengsten en genormaliseerde EBITDA in 1Q18 en 1Q19:

Tabel 13. Hyperinflatie impact (miljoen USD)

	1Q18	1Q19
	Referentiebasis	
Opbrengsten		
Indexering ⁽¹⁾	14	14
Slotkoers ⁽²⁾	- 19	- 47
Totaal	- 5	- 33

	1Q18	1Q19
	Referentiebasis	
EBITDA		
Indexering ⁽¹⁾	4	4
Valuta-effect ⁽²⁾	- 8	- 27
Totaal	- 4	- 23

USDARS gemiddelde koers

19.4854

37.9659

USDARS slotkoers

20.1435

43.3528

(1) Indexering berekend op basis van de slotkoers

(2) De hyperinflatie impact wordt berekend als het verschil tussen de omrekening van de Argentinean peso (ARS) tegen slotkoers en de omrekening tegen de gemiddelde koers voor iedere periode.

Overeenkomstig IAS 29 moeten we bovendien de niet-monetaire activa en passiva die aan historische kostprijs vermeld worden in de balans van activiteiten in economieën met hyperinflatie herformuleren aan de hand van inflatie-indexen, de resulterende hyperinflatie via de resultatenrekening rapporteren door middel van een specifieke post voor monetaire correcties voor hyperinflatie onder financiële kosten en eventuele uitgestelde belastingen op dergelijke correcties rapporteren.

In 1Q19 hebben we een monetaire correctie van 25 miljoen USD onder financiële kosten gerapporteerd, resulterend in een negatieve impact op de winst toerekenbaar aan de houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev van 4 miljoen USD. Er was er geen impact op de genormaliseerde WPA.

De geherformuleerde resultaten voor 2018 die rekening houden met de nieuwe regels voor rapportage van leaseovereenkomsten werden niet geherformuleerd voor rapportage met boekhoudkundige correcties voor hyperinflatie voor de periodes eindigend op 31 maart 2018 en 30 juni 2018. Bijgevolg bevatten de geherformuleerde resultaten voor 1Q18 geen enkele impact van rapportage met boekhoudkundige correcties voor hyperinflatie. Gelieve te verwijzen naar de referentiebasis voor 1Q18 voor de resultaten inclusief de impact van rapportage met boekhoudkundige correcties voor hyperinflatie alsook de nieuwe regelgeving rond lease-overeenkomsten voor resultaten tot genormaliseerde EBIT.

Reconciliatie van winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten en genormaliseerde EBITDA

Tabel 14. Reconciliatie van genormaliseerde EBITDA en winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten (miljoen USD)

	1Q18 Geherformuleerd	1Q18 Referentiebasis	1Q19
Winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 019		3 571
Minderheidsbelangen	327		311
Winst	1 346		3 882
Belastingen	666		723
Aandeel in het resultaat van geassocieerde ondernemingen	- 57		- 53
Netto financiële (opbrengsten)/ kosten	1 577		363
Eenmalige netto financiële (opbrengsten)/ kosten	330		-1 122
Eenmalige (opbrengsten)/kosten boven EBIT (inclusief eenmalige bijzondere waardeverminderingen)	96		45
Genormaliseerde EBIT	3 960	3 955	3 838
Afschrijvingen en bijzondere waardeverminderingen	1 166	1 165	1 151
Genormaliseerde EBITDA	5 126	5 120	4 989

De genormaliseerde EBITDA en de genormaliseerde EBIT zijn maatstaven die door AB InBev gebruikt worden om de onderliggende resultaten van de onderneming aan te tonen.

De genormaliseerde EBITDA wordt berekend zonder rekening te houden met onderstaande effecten op de winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev: (i) minderheidsbelangen, (ii) belastingen, (iii) aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen, (iv) netto financiële kosten, (v) eenmalige netto financiële kosten, (vi) eenmalige opbrengsten en kosten boven EBIT (inclusief eenmalige bijzondere waardeverminderingen) en (vii) afschrijvingen en bijzondere waardeverminderingen.

Genormaliseerde EBITDA en genormaliseerde EBIT zijn geen boekhoudkundige maatstaven binnen IFRS en mogen niet als een alternatief gezien worden voor de winst toerekenbaar aan houders van

eigenvermogensinstrumenten als een maatstaf voor bedrijfsprestaties of een alternatief voor de kasstroom als een maatstaf voor liquiditeit. Er bestaat geen vaste berekeningsmethode voor genormaliseerde EBITDA en genormaliseerde EBIT, en de definitie die AB InBev voor genormaliseerde EBITDA en genormaliseerde EBIT hanteert, kan afwijken van de definitie die gebruikt wordt door andere bedrijven.

TOELICHTINGEN

Teneinde het inzicht in de onderliggende prestaties van AB InBev te vergemakkelijken, steunen de groeianalyses, inclusief alle toelichtingen in dit persbericht, en behoudens andersluidende vermelding, op organische en genormaliseerde groeicijfers. Met andere woorden, in de analyse van de cijfers wordt geen rekening gehouden met de impact van wijzigingen in de wisselkoersen op de omrekening van buitenlandse activiteiten, noch met scopes. Scopes vertegenwoordigen de impact van overnames en desinvesteringen, de opstart of beëindiging van activiteiten of de transfer van activiteiten tussen segmenten, winsten en verliezen uit hoofde van inperking of beëindiging van een regeling en jaar-op-jaar veranderingen in boekhoudkundige schattingen en andere veronderstellingen waarvan het management oordeelt dat ze geen onderdeel vormen van de onderliggende prestaties van de onderneming.

AB InBev heeft haar resultaten voor 2018 geherformuleerd, rekening houdend met de nieuwe IFRS-regels voor rapportage van leaseovereenkomsten alsof het bedrijf de nieuwe standaard al vanaf 1 januari 2018 had toegepast, en de nieuwe organisatiestructuur van het bedrijf die op 1 januari van kracht werd overeenkomstig de IFRS-regels. Deze presentatie wordt de "geherformuleerde resultaten voor 2018" genoemd.

AB InBev heeft haar segmentrapportage voor 2018 bijgewerkt met het oog op de bekendmaking van de resultaten. Deze presentatie (de "referentiebasis voor 2018" genoemd) omvat, voor vergelijkingsdoeleinden en teneinde het inzicht in de onderliggende prestaties van AB InBev te vergemakkelijken, (i) de nieuwe organisatiestructuur die op 1 januari 2019 van kracht werd; (ii) de impact van rapportage met boekhoudkundige correcties voor hyperinflatie voor de Argentijnse activiteiten alsof de onderneming al sinds 1 januari 2018 rapporteert met boekhoudkundige correcties voor hyperinflatie; en (iii) de geherformuleerde resultaten overeenkomstig de nieuwe IFRS-regels alsof het bedrijf de nieuwe norm al met ingang van 1 januari 2018 toepast.

Alle verwijzingen per hectoliter (per hl) zijn exclusief de Amerikaanse niet-bieractiviteiten. Om het effect van de geografische mix, d.i. de impact van de sterkere volumegroei in landen met lagere opbrengsten per hectoliter en een lagere Kostprijs Verkochte Goederen per hectoliter, te elimineren, tonen we, waar aangegeven, ook de organische groeicijfers per hectoliter bij een constante geografische basis. Wanneer we ramingen maken bij een constante geografische basis, gaan we ervan uit dat elk land waar we actief zijn goed is voor hetzelfde percentage van ons wereldwijde volume als in dezelfde periode van het voorgaande jaar. Verwijzingen naar de High End Company betreffen een business unit met een portefeuille van wereldwijde merken, ambachtelijke merken en merken van speciaalbieren in 22 landen.

Telkens wanneer er in dit document sprake is van prestatie-indicatoren (EBITDA, EBIT, winst, belastingvoet, winst per aandeel), worden zij gerapporteerd op een 'genormaliseerde' basis, wat betekent dat ze gerapporteerd worden vóór eenmalige opbrengsten en kosten en stopgezette activiteiten. Eenmalige opbrengsten en kosten hebben betrekking op transacties die zich niet regelmatig voordoen als onderdeel van de normale activiteiten van de onderneming. Ze worden afzonderlijk meegedeeld aangezien ze omwille van hun omvang of aard belangrijk zijn om tot een goed begrip te komen van de onderliggende duurzame prestaties van de onderneming. Genormaliseerde cijfers zijn aanvullende cijfers die door het management worden gebruikt en mogen niet dienen ter vervanging van de cijfers bepaald in overeenstemming met IFRS als indicator van de prestatie van de onderneming. Op 30 maart 2018 werd de 50:50 fusie van de bestaande activiteiten van AB InBev en Anadolu Efes in Rusland en Oekraïne afgerond. De gecombineerde activiteiten zijn volledig geconsolideerd in de financiële staten van Anadolu Efes. Ten gevolge van deze transactie consolideert AB InBev haar activiteiten in Rusland en Oekraïne niet langer en sinds die datum verwerkt AB InBev haar investering in AB InBev Efes administratief volgens de vermogensmutatiemethode. De optelling van cijfers in de tabellen en bijlagen kan soms leiden tot afrondingsverschillen.

De winst per aandeel voor 1Q19 is gebaseerd op een gewogen gemiddelde van 1 979 miljoen aandelen vergeleken met een gewogen gemiddelde van 1 974 miljoen aandelen voor 1Q18.

Wettelijke disclaimer

Dit bericht bevat "toekomstgerichte verklaringen". Die verklaringen zijn gebaseerd op de huidige verwachtingen en meningen van het management van AB InBev met betrekking tot toekomstige gebeurtenissen en ontwikkelingen, en zijn uiteraard onderhevig aan onzekerheid en verandering van omstandigheden. De toekomstgerichte verklaringen in dit persbericht omvatten onder andere verklaringen met betrekking tot AB InBevs bedrijfscombinatie met ABI SAB Group Holdings Limited en andere verklaringen dan historische feiten. Toekomstgerichte verklaringen omvatten verklaringen die typisch woorden bevatten zoals "zal", "kan", "zou", "geloven", "van plan zijn", "verwacht", "anticipeert", "beoogt", "schat", "waarschijnlijk", "voorziet" en soortgelijke bewoordingen. Alle verklaringen, behalve deze over historische feiten, zijn toekomstgerichte verklaringen. U mag niet overmatig vertrouwen op deze toekomstgerichte verklaringen, die de huidige meningen van het management van AB InBev weerspiegelen, verschillende risico's en onzekerheden inhouden met betrekking tot AB InBev en afhangen van vele factoren, waarvan sommige buiten de controle van AB InBev liggen. Er zijn belangrijke factoren, risico's en onzekerheden waardoor de daadwerkelijke uitkomsten en resultaten in belangrijke mate kunnen verschillen, met inbegrip van het vermogen om uit de bedrijfscombinatie met ABI SAB Group Holdings Limited synergieën te realiseren en de risico's en onzekerheden met betrekking tot AB InBev die beschreven worden onder Item 3.D van AB InBevs jaarverslag op formulier 20-F ("Form 20-F"), dat ingediend werd bij de US Securities and Exchange Commission ("SEC") op 22 maart 2019. Andere onbekende of onvoorspelbare factoren zouden er kunnen voor zorgen dat de daadwerkelijke resultaten in belangrijke mate verschillen van de resultaten weergegeven in de toekomstgerichte verklaringen.

De toekomstgerichte verklaringen moeten worden samengelezen met de andere waarschuwingen vervat in andere documenten, met inbegrip van AB InBevs meest recente Form 20-F en andere verslagen op Form 6-K, alsook alle andere documenten die AB InBev openbaar heeft gemaakt. Alle toekomstgerichte verklaringen in dit persbericht worden volledig bepaald door deze waarschuwingen en er kan geen zekerheid worden gegeven dat de daadwerkelijke resultaten of ontwikkelingen die AB InBev anticipeert, zullen worden gerealiseerd of, zelfs indien substantieel gerealiseerd, deze de verwachte gevolgen of effecten zullen hebben op AB InBev, haar activiteiten of operaties. Tenzij zoals vereist bij wet, wijst AB InBev elke verplichting van de hand om toekomstgerichte verklaringen publiekelijk bij te werken of te herzien naar aanleiding van nieuwe informatie, toekomstige gebeurtenissen of anderszins.

De in tabel 1 (met uitzondering van de volume-informatie) en tabel 3 tot 5, 7, 9, 10 en 14 van dit persbericht vermelde financiële gegevens voor het eerste kwartaal van 2019 (1Q19) zijn ontleend aan de niet-geauditeerde verkorte geconsolideerde tussentijdse financiële staten van de groep op datum van en voor de periode van drie maanden eindigend op 31 maart 2019; deze gegevens werden nagezien door onze

commissarissen PricewaterhouseCoopers Bedrijfsrevisoren/Réviseurs d'Entreprises CVBA/SCRL volgens de normen van de Public Company Accounting Oversight Board (Verenigde Staten). De conclusie van de commissarissen luidt dat er tijdens hun controle geen enkel element naar voren kwam op basis waarvan ze menen dat deze voorlopige financiële gegevens niet correct voorgesteld worden, in alle wezenlijke opzichten, conform IAS 34 "Tussentijdse Financiële Verslaggeving" zoals gepubliceerd door IASB en goedgekeurd door de Europese Unie. De financiële gegevens in tabel 6, 8 en 11 tot 13 zijn ontleend aan de onderliggende financiële staten op datum van en voor de periode van drie maanden eindigend op 31 maart 2019 (met uitzondering van de volume-informatie).

TELEFONISCHE CONFERENTIE EN WEBCAST

Telefonische conferentie en webcast voor investeerders op dinsdag 7 mei 2019:

15u00 Brussel / 14u00 Londen / 9u00 New York

Registratiegegevens

Webcast (enkel luisteren):

[Webcast resultaten AB InBev 1Q19](#)

Telefonische conferentie (met interactieve Q&A):

[Telefonische conferentie AB InBev 1Q19 \(met interactieve Q&A\)](#)

CONTACTPERSONEN ANHEUSER-BUSCH INBEV

Investeerders

Lauren Abbott

Tel: +1 212 573 9287

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

Mariusz Jamka

Tel: +32 16 276 888

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

Jency John

Tel: +1 646 746 9673

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

Media

Pablo Jimenez

Tel: +1 212 573 9289

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

Ingvild Van Lysebetten

Tel: +32 16 276 608

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

Over Anheuser-Busch InBev

Anheuser-Busch InBev is een beursgenoteerd bedrijf (Euronext: ABI) met hoofdzetel in Leuven, België, met secundaire noteringen op de Mexicaanse (MEXBOL: ANB) en Zuid-Afrikaanse (JSE: ANH) beurzen en met American Depositary Receipts op de New York Stock Exchange (NYSE: BUD). We koesteren de droom om mensen samen te brengen voor een betere wereld. Bier, het oorspronkelijke sociale netwerk, brengt reeds sedert duizenden jaren mensen samen. We engageren ons om uitstekende merken te creëren die de tand des tijds doorstaan en de beste bieren te brouwen met de beste natuurlijke ingrediënten. Onze diverse portefeuille met ruim 500 biermerken omvat de wereldwijde merken Budweiser®, Corona® en Stella Artois®; de multi-nationale merken Beck's®, Castle®, Castle Lite®, Hoegaarden® en Leffe®; en lokale kampioenen zoals Aguila®, Antarctica®, Bud Light®, Brahma®, Cass®, Cristal®, Harbin®, Jupiler®, Michelob Ultra®, Modelo Especial®, Quilmes®, Victoria®, Sedrin® en Skol®. Ons brouwerfgoed gaat meer dan 600 jaar terug en beslaat verschillende continenten en generaties. Van onze Europese roots in brouwerij Den Hoorn in Leuven, België. Tot de pioniersgeest van de Anheuser & Co-brouwerij in St. Louis in de Verenigde Staten. Tot de oprichting van Castle Brewery in Zuid-Afrika tijdens de gold rush in Johannesburg. Tot Bohemia, de eerste brouwerij in Brazilië. We zijn geografisch gediversifieerd met een evenwichtige blootstelling aan ontwikkelde markten en groeiemarkten, en benutten de collectieve sterkte van ongeveer 175 000 medewerkers in bijna 50 landen wereldwijd. In 2018 bedroeg de gerapporteerde opbrengst van AB InBev 54,6 miljard USD (exclusief joint ventures en geassocieerde ondernemingen).

Bijlage 1							
AB InBev Wereldwijd	1Q18	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q19	Interne groei	Per HL
	Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	134 831	-3 045	-	1 676	133 462	1.3%	
waarvan AB InBev eigen bieren	118 351	-2 519	-	1 184	117 016	1.0%	
Opbrengsten	13 090	- 161	-1 100	759	12 589	5.9%	4.6%
Kostprijs verkochte goederen	-5 004	47	380	- 298	-4 875	-6.0%	-4.6%
Brutowinst	8 086	- 113	- 721	462	7 714	5.8%	
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-4 318	52	336	- 105	-4 036	-2.5%	
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	186	- 5	- 11	- 11	160	-5.9%	
Genormaliseerde EBIT	3 955	- 67	- 396	347	3 838	8.9%	
Genormaliseerde EBITDA	5 120	- 38	- 510	416	4 989	8.2%	
Genormaliseerde EBITDA-marge	39.1%				39.6%	86 bps	
Noord-Amerika	1Q18	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q19	Interne groei	Per HL
	Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	24 814	-	-	- 292	24 522	-1.2%	
Opbrengsten	3 460	-	- 20	39	3 478	1.1%	2.3%
Kostprijs verkochte goederen	-1 298	- 1	6	- 32	-1 326	-2.5%	-3.7%
Brutowinst	2 161	- 1	- 14	7	2 152	0.3%	
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-1 049	-	9	29	-1 011	2.8%	
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	1	-	-	12	13	3013.4%	
Genormaliseerde EBIT	1 112	- 1	- 5	48	1 153	4.3%	
Genormaliseerde EBITDA	1 322	- 1	- 6	33	1 347	2.5%	
Genormaliseerde EBITDA-marge	38.2%				38.7%	51 bps	
Midden-Amerika	1Q18	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q19	Interne groei	Per HL
	Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	30 738	- 54	-	- 171	30 513	-0.6%	
Opbrengsten	2 705	- 28	- 91	125	2 711	4.7%	5.2%
Kostprijs verkochte goederen	- 811	- 22	27	- 18	- 824	-2.2%	-2.7%
Brutowinst	1 894	- 50	- 64	107	1 887	5.8%	
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	- 798	8	24	19	- 747	2.4%	
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	6	2	-	-	7	-3.9%	
Genormaliseerde EBIT	1 102	- 40	- 39	125	1 148	11.8%	
Genormaliseerde EBITDA	1 294	- 25	- 46	144	1 366	11.3%	
Genormaliseerde EBITDA-marge	47.8%				50.4%	302 bps	
Zuid Amerika	1Q18	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q19	Interne groei	Per HL
	Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	34 088	167	-	2 013	36 268	5.9%	
Opbrengsten	2 861	10	- 704	452	2 618	15.9%	9.4%
Kostprijs verkochte goederen	-1 082	- 9	226	- 173	-1 039	-15.9%	-9.4%
Brutowinst	1 778	1	- 478	279	1 579	15.8%	
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	- 868	- 7	199	- 57	- 734	-6.6%	
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	82	- 2	- 9	- 10	61	-12.5%	
Genormaliseerde EBIT	992	- 8	- 288	212	907	21.7%	
Genormaliseerde EBITDA	1 257	15	- 358	223	1 137	17.6%	
Genormaliseerde EBITDA-marge	44.0%				43.4%	68 bps	

EMEA	1Q18 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	1Q19	Interne groei	Per HL
Volumes (duizend hls)	20 549	-2 812	-	419	18 156	2.4%	
waarvan AB InBev eigen bieren	19 051	-2 314	-	403	17 140	2.4%	
Opbrengsten	1 919	- 137	- 151	42	1 673	2.4%	0.0%
Kostprijs verkochte goederen	- 834	80	62	- 35	- 727	-4.7%	-2.2%
Brutowinst	1 085	- 57	- 89	7	946	0.7%	
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	- 722	53	56	- 35	- 648	-5.3%	
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	49	- 1	- 3	- 3	42	-6.7%	
Genormaliseerde EBIT	412	- 5	- 36	- 31	340	-7.7%	
Genormaliseerde EBITDA	660	- 19	- 56	- 17	569	-2.6%	
Genormaliseerde EBITDA-marge	34.4%				34.0%	-177 bps	
Azië	1Q18 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	1Q19	Interne groei	Per HL
Volumes (duizend hls)	24 296	-	-	- 310	23 986	-1.3%	
Opbrengsten	2 040	-	- 132	92	2 000	4.5%	5.9%
Kostprijs verkochte goederen	- 870	-	55	- 32	- 848	-3.7%	-5.1%
Brutowinst	1 170	-	- 78	60	1 152	5.1%	
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	- 622	-	38	- 11	- 595	-1.8%	
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	41	-	- 2	- 11	28	-26.7%	
Genormaliseerde EBIT	589	-	- 42	38	586	6.4%	
Genormaliseerde EBITDA	772	-	- 54	72	790	9.4%	
Genormaliseerde EBITDA-marge	37.8%				39.5%	176 bps	
Globale Export en Holdingmaatschappijen	1Q18 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	1Q19	Interne groei	
Volumes (duizend hls)	346	- 346	-	16	16	-	
Opbrengsten	106	- 5	- 2	10	109	12.2%	
Kostprijs verkochte goederen	- 107	-	4	- 8	- 111	-8.6%	
Brutowinst	- 1	- 5	2	2	- 2	40.0%	
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	- 260	- 2	10	- 50	- 303	-19.0%	
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	8	- 5	2	2	8	59.2%	
Genormaliseerde EBIT	- 253	- 13	13	- 45	- 296	-16.8%	
Genormaliseerde EBITDA	- 184	- 8	10	- 38	- 220	-20.0%	