

Bijgaande informatie betreft gereguleerde 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 gereguleerde markt.

Tenzij anders aangegeven, zijn onderstaande toelichtingen gebaseerd op organische groeicijfers en verwijzen ze naar 1Q18 vergeleken met dezelfde periode vorig jaar. Zie pagina 16 en 17 voor belangrijke opmerkingen en disclaimers.

Anheuser-Busch InBev publiceert resultaten voor het eerste kwartaal van 2018

HOOGTEPUNTEN

- **Opbrengsten:** De opbrengsten stegen met 4,7% in het kwartaal, en de opbrengsten per hl namen toe met 4,9%, onder impuls van initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer en aanhoudende sterke resultaten van onze premiummerken. Bij een constante geografische basis stegen de opbrengsten per hl met 5,3%.
- **Volume:** De totale volumes namen met 0,2% af terwijl het volume eigen bieren met 0,5% steeg. Het volume eigen bieren groeide sterk in Mexico, Colombia en Argentinië, maar dit werd gedeeltelijk tenietgedaan door een daling in de VS en Brazilië. Ons volume niet-bieren daalde met 6,9% wegens matige resultaten in Brazilië en Peru.
- **Wereldwijde merken:** De gecombineerde opbrengsten van onze drie wereldwijde merken, Budweiser, Stella Artois en Corona, stegen met 7,9% wereldwijd en met 12,2% buiten hun thuismarkten. De opbrengsten van Budweiser namen af met 1,3% door een daling in de VS, maar stegen met 2,5% buiten de VS ten gevolge van sterke groei in Brazilië, Paraguay, India en Zuid-Korea. De opbrengsten van Stella Artois namen toe met 12,3% mede dankzij goede resultaten in Argentinië en het VK. Corona kende opnieuw een fantastisch kwartaal met een opbrengstengroei van 25,1% wereldwijd en 40,3% buiten Mexico. De groei was het sterkst in China en West-Europa.
- **Kostprijs Verkochte Goederen (KVG):** In 1Q18 steeg de KVG met 1,3%, en met 1,5% per hl. Bij een constante geografische basis steeg de KVG met 2,4% ten gevolge van onder andere de realisatie van synergieën.
- **EBITDA:** De EBITDA groeide met 6,6%, en de EBITDA-marge steeg met 70 basispunten tot 38,2%, ten gevolge van opbrengstengroei en de realisatie van kostensynergieën, welke gedeeltelijk werden tenietgedaan door hogere verkoop- en marketinginvesteringen voorafgaand aan de FIFA World Cup™ en lagere overige bedrijfsopbrengsten gekoppeld aan een moeilijke vergelijkbare basis.
- **Netto financiële kosten:** De netto financiële kosten (exclusief eenmalige netto financiële kosten) bedroegen 1 545 miljoen USD in 1Q18 vergeleken met 1 492 miljoen USD in 1Q17. Deze stijging was vooral te wijten aan een negatieve aanpassing aan de marktwaarde van 242 miljoen USD in 1Q18 die samenhangt met de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's, vergeleken met een winst van 130 miljoen USD in 1Q17.
- **Belastingen:** De belastingen bedroegen 673 miljoen USD in 1Q18 vergeleken met 418 miljoen USD in 1Q17, en de genormaliseerde effectieve aanslagvoet steeg van 20,4% naar 28,3%, ten gevolge van negatieve aanpassingen aan de marktwaarde die samenhangen met de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's en de timing van bepaalde inhoudingen.
- **Winst:** De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev bedroeg 1 443 miljoen USD in 1Q18, in vergelijking met 1 458 miljoen USD in 1Q17.
- **Winst per aandeel:** De genormaliseerde winst per aandeel (WPA) daalde van 0,74 USD in 1Q17 tot 0,73 USD in 1Q18.
- **Combinatie met SAB:** De integratie van de bedrijfsactiviteiten verloopt goed; in 1Q18 werd er 160 miljoen USD aan synergieën en kostenbesparingen gerealiseerd.

Tabel 1. Geconsolideerde resultaten (miljoen USD)

	1Q17	1Q18	Interne groei
Volumes (duizend hls)	147 872	134 831	-0,2%
AB InBev eigen bieren	117 729	118 351	0,5%
Niet-biervolumes	29 243	15 342	-6,9%
Producten van derden	900	1 138	26,5%
Opbrengsten	12 922	13 073	4,7%
Brutowinst	7 693	8 085	6,9%
Brutomarge	59,5%	61,8%	126 bps
Genormaliseerde EBITDA	4 809	4 989	6,6%
Genormaliseerde EBITDA-marge	37,2%	38,2%	70 bps
Genormaliseerde EBIT	3 721	3 935	9,7%
Genormaliseerde EBIT-marge	28,8%	30,1%	140 bps
Winst toe te rekenen aan houders	1 405	1 018	
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders	1 458	1 443	
Winst per aandeel (USD)	0,71	0,52	
Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten) (USD)	0,74	0,73	

Tabel 2. Volumes (duizend hls)

	1Q17	Scope	Interne groei	1Q18	Interne groei	Totale volume	Volume eigen bieren
Noord-Amerika	25 836	33	-1 055	24 814	-4,1%		-4,2%
Latijns-Amerika West	25 531	-20	2 150	27 661	8,4%		10,7%
Latijns-Amerika Noord	30 419	-61	-2 806	27 551	-9,2%		-6,4%
Latijns-Amerika Zuid	9 090	17	507	9 614	5,6%		5,9%
EMEA	32 919	-12 742	372	20 549	1,8%		1,4%
Azië	23 683	14	600	24 296	2,5%		1,6%
Globale Export en Holdingmaatschappijen	395	-	-49	346	-12,3%		-12,3%
AB InBev Wereldwijd	147 872	-12 759	-281	134 831	-0,2%		0,5%

COMMENTAAR VAN HET MANAGEMENT

In 1Q18 hebben we een opbrengstengroei van 4,7% geboekt waarbij het volume eigen bieren met 0,5% toenam. De wereldwijde opbrengstengroei is te danken aan goede volumeresultaten in Mexico, Colombia en Argentinië en wordt nog versterkt door onze wereldwijde initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer en premiumisering.

De organische EBITDA nam met 6,6% toe en de marge kende een stijging met 70 basispunten tot 38,2%. Dit resultaat is het gevolg van een stijging van onze opbrengsten en de aanhoudende realisatie van synergieën, welke echter gedeeltelijk tenietgedaan werden door de fasering van onze verkoop- en marketinginvesteringen voorafgaand aan de FIFA World Cup™ zoals reeds aangegeven in onze resultaten voor boekjaar 2017.

Onze wereldwijde merken hebben opnieuw sterke resultaten neergezet met een opbrengstengroei van 7,9% wereldwijd en 12,2% buiten hun respectieve thuismarkten. Deze merken worden typisch verkocht aan een hogere prijs en slagen er dan ook in om hogere marges te realiseren wanneer ze buiten hun thuismarkten verkocht worden. De opbrengsten van Budweiser daalden met 1,3%, voornamelijk ten gevolge van de zwakke resultaten in de VS. Indien er geen rekening gehouden wordt met de resultaten in

de VS, kende Budweiser een groei met 2,5% onder invloed van goede resultaten in Brazilië, Paraguay, India en Zuid-Korea. Stella Artois noteerde een dubbelcijferige opbrengstengroei, die vooral in Argentinië, het VK en de VS werd gerealiseerd. Corona bleef het voortouw nemen met een opbrengstenstijging van 25,1% wereldwijd en 40,3% buiten Mexico ten gevolge van sterke resultaten op diverse markten.

Onze portefeuille van wereldwijde merken stelt ons in staat om consumenten op heel diverse gelegenheden te bereiken, en we zien potentieel voor verdere groei aangezien premiumisering een wereldwijde trend blijft. We zetten ook in op de distributie en activering van deze portefeuille op talrijke nieuwe markten, waaronder Colombia, Peru, Ecuador, Australië en Zuid-Afrika. We zitten nu in het begin van het tweede kwartaal en kijken uit naar de opportuniteiten die de FIFA World Cup™ met zich zal meebrengen waarvan Budweiser een wereldwijde sponsor is. We hebben heel wat interessante plannen om Budweiser via dit platform op bestaande en nieuwe markten te activeren en zo de naambekendheid en penetratie te versterken en uiteindelijk de merkvoorkeur te vergroten.

Dit kwartaal hebben we ons ook geëngageerd ten opzichte van onze duurzaamheidsdoelstellingen voor 2025 op het vlak van slimme landbouw, waterbeheer, circulaire verpakkingen en klimaatmaatregelen. We hebben alle eerdere duurzaamheidsdoelstellingen in de loop van het vorige decennium gerealiseerd, en we zullen onze ecologische en sociale verbintenissen blijven naleven en tegelijk nieuwe programma's lanceren die een positieve impact hebben op de gemeenschappen waar we actief zijn.

Onze duurzaamheidsdoelstellingen voor 2025 zijn:

- **Slimme landbouw:** Al onze directe landbouwers zullen vakbekwaam, verbonden en financieel zelfredzaam zijn.
- **Waterbeheer:** Al onze gemeenschappen in gebieden die onder ernstige waterstress gebukt gaan, zullen aantoonbaar over meer water van betere kwaliteit beschikken.
- **Circulaire verpakkingen:** Al onze producten zullen in verpakkingen zitten die retourneerbaar zijn of grotendeels uit gerecycleerd materiaal bestaan.
- **Klimaatmaatregelen:**
 - Alle elektriciteit die we aankopen zal uit hernieuwbare bronnen afkomstig zijn, en
 - de CO2-emissies binnen onze volledige waardeketen zullen met 25% afnemen.

We koesteren de Droom om mensen samen te brengen voor een betere wereld, en daarom engageren we ons om een gezonde omgeving en sterke gemeenschappen te ondersteunen. We kijken ernaar uit om jullie de komende jaren op de hoogte te houden van onze vorderingen in de realisatie van deze doelstellingen.

Onze integratie met SAB verloopt nog altijd goed. We hebben dit kwartaal 160 miljoen USD aan synergieën en kostenbesparingen gerealiseerd. Nog belangrijker is dat we ons kader voor de uitbreiding van de categorie verder uitrollen en wel op een manier die ons in staat stelt om in alle segmenten van onze geografische voetafdruk te focussen op organische groei. We zijn enthousiast over het potentieel van dit kader en blijven ons inzetten om het voortouw te nemen in de wereldwijde biercategorie en om ons zo te positioneren dat we nog vele jaren een duurzame organische langetermijngroei kunnen realiseren.

VOORUITZICHTEN VOOR 2018

- (i) **Algemeen resultaat:** Hoewel we de volatiliteit op bepaalde van onze sleutelmarkten erkennen, verwachten we dat onze **opbrengsten** en **EBITDA** in FY18 opnieuw een mooie groei zullen kennen onder impuls van de solide resultaten van onze merkenportefeuille en sterke commerciële plannen. Ons groeimodel richt zich nu veel meer op de ontwikkeling van de categorie. We verwachten dan ook dat de **opbrengsten per hl** sterker zullen groeien dan de inflatie dankzij onze initiatieven op het vlak van premiumisering en opbrengstenbeheer en dat de kosten trager zullen stijgen dan de inflatie. Hoewel 1Q18 iets beter was dan wat we er initieel van verwacht hadden, blijven we ervan uitgaan dat de groei gedurende de rest van het jaar zal versnellen, en dan in het bijzonder in de tweede helft van het jaar.
- (ii) **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 in totaal 2 293 miljoen USD tot 31 maart 2018 gerealiseerd. Het resterende saldo van ongeveer 900 miljoen USD zal naar verwachting in de komende twee à drie jaar gerealiseerd worden.
- (iii) **Netto financiële kosten:** We verwachten dat de gemiddelde coupon op de nettoschuld in FY18 ongeveer 3,7% zal bedragen. De netto-interestkosten voor pensioenen en de periodoetorekeningskosten zullen naar verwachting respectievelijk circa 30 en 100 miljoen USD per kwartaal bedragen. De overige financiële resultaten zullen invloed blijven ondervinden van potentiële winsten en verliezen die verband houden met de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's.
- (iv) **Effectieve aanslagvoet:** We verwachten dat de genormaliseerde EAV in FY18 tussen 24% en 26% zal liggen, exclusief eventuele toekomstige winsten of verliezen gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde programma's. Deze verwachting houdt rekening met de impact van de Amerikaanse belastinghervorming, waarbij de verlaging van het vennootschapsbelastingtarief in de VS teniet gedaan wordt door een bredere belastingbasis en nieuwe beperkingen op bepaalde aftrekposten voor bedrijven. De verwachting inzake de EAV is gebaseerd op de beschikbare interpretatie van de Amerikaanse belastinghervormingswet en kan veranderen naargelang het bedrijf bijkomende verduidelijking en richtlijnen voor implementatie ontvangt.
- (v) **Netto-investeringsuitgaven:** We verwachten dat de netto investeringsuitgaven tussen 4,0 en 4,5 miljard USD zullen bedragen in FY18.
- (vi) **Schuld:** Ongeveer 42% 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.
- (vii) **Dividenden:** We blijven ervan uitgaan dat de dividenden na verloop van tijd zullen toenemen, ook al wordt verwacht dat de kortetermijngroei beperkt zal blijven gezien het belang van schuldafbouw.

OVERZICHT VAN DE BEDRIJFSACTIVITEITEN

Verenigde Staten

We schatten dat de leveringen aan kleinhandelaars (VAK) in de sector in de Verenigde Staten een daling van 2,3% kenden in 1Q18 omdat de temperaturen lager dan gemiddeld waren en de onderliggende bierrends ongewijzigd blijven. Onze eigen VAK daalden met 3,3%, terwijl onze leveringen aan groothandelaars (VAG) met 4,4% daalden, en we verwachten dat de VAK en de VAG op basis van een volledig jaar naar elkaar toe zullen groeien. Onze opbrengsten, die gebaseerd zijn op de VAG, daalden met 2,5% in 1Q18. De opbrengsten per hl stegen met 1,9% onder impuls van initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer en een positieve merkenmix.

Onze portefeuille Above Premium-merken blijft versnellen en veroverde 80 basispunten marktaandeel in 1Q18. Michelob Ultra nam opnieuw het voortouw binnen onze premiumiseringsstrategie en veroverde voor het twaalfde kwartaal op rij het meeste marktaandeel in de VS dankzij een dubbelcijferige volumestijging. Deze resultaten werden nog versterkt door een betere merkbekendheid volgend op twee advertenties tijdens de Super Bowl in februari. Daarnaast hebben we in 1Q18 een nieuwe lijnextensie genaamd Michelob Ultra Pure Gold gelanceerd die met biologische granen gebrouwen wordt, minder calorieën en minder koolhydraten bevat en aan een duurdere prijs dan Michelob Ultra verkocht wordt. Stella Artois groeide opnieuw aan marktaandeel dit kwartaal, alsook voor onze portefeuille regionale ambachtelijke bieren, die het beter gedaan hebben dan het algemene segment.

In de segmenten Premium en Premium Light zijn de marktaandeeltrends van Budweiser en Bud Light in 1Q18 verbeterd met een totaal marktaandeelverlies van respectievelijk 35 en 70 basispunten.

Op het vlak van merkoverweging en penetratie is Budweiser er consistent op vooruit gegaan, en in 1Q18 is het marktaandeel van het merk in het Premium-segment stabiel gebleven ten opzichte van 1Q17. Onze communicatie richt zich op de mensen achter het merk Budweiser, en onze advertentie tijdens de Super Bowl van dit jaar benadrukte ons engagement om mensen die door natuurrampen getroffen worden te helpen via ons programma waarbij we water ter beschikking stellen.

Hoewel we nog altijd voor uitdagingen staan met Bud Light, noteren we wel consistente verbeteringen op het vlak van merkgezondheid en marktaandeeltrends. Bud Light was voor het tweede kwartaal op rij het leidende biermerk op sociale media dankzij het succes van de populaire 'Dilly Dilly'-campagne, waarbij we culturele momenten over het hele land activeerden. We blijven onze berichtgeving inzake de kwaliteitskenmerken van het merk versterken en zien heel wat verbetering in het hele land dankzij hyperlokale programmering en uitvoering. Deze maatregelen hebben bijgedragen tot een positieve groei op het vlak van merkpenetratie en hebben voor betere marktaandeeltrends gezorgd binnen het segment Premium Light. We erkennen dat er nog wat werk aan de winkel is en blijven ons dan ook engageren en focussen om de volumetrends en marktaandeelresultaten van Bud Light binnen zijn segment te stabiliseren.

Onze portefeuille van goedkope merken deed het dit kwartaal slechter dan de sector wegens een moeilijke vergelijkbare basis ten gevolge van de Busch Super Bowl-campagne van vorig jaar.

Onze portefeuille van merken die nauw aansluiten bij de biercategorie heeft dit kwartaal sterke resultaten neergezet en we blijven ervan overtuigd dat dit segment belangrijk is voor de groei en gezondheid van de categorie. Natty Rush en Spiked Seltzer kenden een driecijferige groei in het kwartaal en we zijn enthousiast over onze plannen om in de zomer op deze uitstekende resultaten voort te bouwen.

We schatten dat ons totale marktaandeel met ongeveer 50 basispunten gedaald is in 1Q18, een gestage verbetering van de marktaandeeltrends sinds het tweede kwartaal van het afgelopen jaar. De marktaandeeldaling was volledig te wijten aan de impact van een verschuiving binnen de mix van segmenten in de sector. Onze EBITDA nam af met 5,0%, en de marge daalde met 102 basispunten tot

39,0%, onder invloed van een daling van de opbrengsten, een jaar-op-jaar stijging van de afdekprijs van grondstoffen en hogere distributiekosten wegens hogere vervoerskosten in de VS, een trend die in de tweede helft van 2017 begonnen is. We noteerden dit kwartaal opnieuw vooruitgang binnen onze commerciële strategie en blijven ons engageren om onze volume- en opbrengstresultaten in de VS te verbeteren.

Mexico

Mexico heeft heel sterke resultaten neergezet in 1Q18 dankzij een volumestijging in het midden van de vork 10 tot 20% en een opbrengstenstijging aan de bovenkant van deze vork. Dit was het gevolg van onze commerciële strategieën en deels te danken is aan de timing van Pasen.

Onze merkenportefeuille boekte dubbelcijferige groei over de hele lijn dankzij een succesvolle strategie op het vlak van het assortiment aan verpakkingen van de merkenfamilie Corona. Victoria zette zijn gezonde groei voort aangezien het merk zijn Mexicaanse erfgoedplatform blijft benutten en Bud Light heeft de schaal van zijn muziekplatforms in het hele land vergroot en de markt in de regio Noord verder gepenetreerd.

Premiumisering blijft een belangrijke opportuniteit voor toekomstige groei in Mexico, waar het premiumsegment net zoals op veel andere markten waar we actief zijn slechts een laag eencijferig percentage van het totale volume van het land bedraagt. Onze premiummerken hebben hun dubbelcijferige groei versneld onder leiding van het merk Michelob Ultra, dat op de toenemende gezondheids- en welzijnstrends inspeelt en Stella Artois succesvol nieuwe gelegenheden blijft ontwikkelen.

De EBITDA steeg met 15,8% in 1Q18 ten gevolge van een sterke opbrengstengroei en lagere distributiekosten. De EBITDA-marge daalde met 82 basispunten tot 41,3% binnen het kader van een eenmalige winst in de bedrijfsopbrengsten in 1Q17.

Colombia

Onze Colombiaanse activiteiten hebben het ook goed gedaan met een opbrengstengroei van 12,1%. De opbrengsten per hl stegen met 4,4% ten gevolge van een gunstige merkenmix enerzijds en initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer gedurende het vorige jaar anderzijds. We boekten een sterke volumegroei van 7,3% dankzij een stijging van de biervolumes met 8,3% en groei van het volume niet-bieren met 1,5%.

De stijging van de biervolumes omvatte zowel onze wereldwijde merken als onze Core-merken, werd versterkt door commerciële activeringen en werd ook ondersteund door de timing van Pasen. We noteerden een verdere groei van onze portefeuille wereldwijde merken dankzij toegenomen distributie van Corona en Budweiser. Daarnaast hebben we Beck's als een klassiek pilsbier op de markt geïntroduceerd om in te spelen op gelegenheden waar er maaltijden worden genoten en waar mensen binnenshuis of buitenshuis met vrienden samenkomen. Binnen de portefeuille van Core-merken kende Aguila een bijzonder sterk kwartaal dankzij activeringen binnen het kader van de FIFA World Cup™ en noteerde een groei van meer dan 50% mede dankzij een creatieve campagne die inspeelde op de nostalgie die gepaard gaat met de laatste keer dat Colombia zich voor de FIFA World Cup™ kon plaatsen. We schatten dat het aandeel van bier op de markt van alcoholhoudende dranken dit kwartaal verder is toegenomen met 260 basispunten.

De EBITDA groeide met meer dan 20%, terwijl de marge toenam met bijna 400 basispunten. Dit was mede het gevolg van sterke opbrengstresultaten en de verdere realisatie van synergieën, welke gedeeltelijk tenietgedaan werden door hogere investeringen in onze merken.

Brazilië

Zoals verwacht was 1Q18 een uitdagend kwartaal. De opbrengsten daalden met 1,8%, de biervolumes namen af met 8,1% en het volume niet-bieren kende een daling met 19,4%. De zwakke volumeresultaten waren te wijten aan: i) een zwakkere sector door de vroegere timing van carnaval en slecht weer, en ii) een moeilijke vergelijkbare basis doordat we vorig jaar aanzienlijk beter gepresteerd hebben dan de markt.

Ondanks de volatiliteit op korte termijn hebben we op heel wat van onze commerciële platforms vooruitgang geboekt om ons te positioneren voor toekomstige groei. Dit kwartaal hebben we voor Antarctica een nieuwe visuele merkidentiteit (VMI) gelanceerd die op de traditie en kwaliteit van het merk inspeelt en voortbouwt op wat we hebben geleerd uit de recent gelanceerde VMI's voor Skol en Brahma. We hebben ook verschillende initiatieven op het vlak van verpakking en marktbenadering gelanceerd die de consument betaalbare opties bieden en de winstgevendheid vergroten. In het premiumsegment heeft onze portefeuille van wereldwijde merken het beter gedaan dan de markt en een dubbelcijferige volumegroei gerealiseerd aangezien consumenten meer en meer naar premiummerken overstappen.

De volumedaling werd gedeeltelijk gecompenseerd door een stijging van de netto-opbrengsten per hl ten gevolge van initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer die in 3Q17 ten uitvoer werden gebracht. Strakke kostenbeheersing in combinatie met gunstige wisselkoersen heeft geleid tot een stijging van de EBITDA met 5,5% en een uitbreiding van de marge met 291 basispunten tot 41,6%.

Het eerste kwartaal ligt achter ons en we blijven geloven dat we over de juiste commerciële plannen beschikken om opnieuw volumegroei te realiseren in het tweede kwartaal en de EBITDA-groei nog te versnellen gedurende de rest van het jaar. We houden vast aan onze strategie; we benutten onze groeiplatforms en boeken goede vooruitgang op elk van deze platforms om de weg te banen voor duurzame langetermijngroei van de biercategorie.

Zuid-Afrika

Onze Zuid-Afrikaanse activiteiten noteerden een gemiddelde eencijferige opbrengstengroei onder impuls van een hoge eencijferige groei van de opbrengsten per hl en een lage eencijferige volumedaling. De belastingverhogingen boven de inflatie die in februari in de jaarlijkse begroting werden aangekondigd, werden reeds op 1 maart gevolgd door een prijsverhoging terwijl de belastingverhoging vorig jaar tot 1 juli kon worden opgevangen. Dit resulteerde in een lagere vraag in het mainstream segment en bijgevolg in marktaandeelverlies doordat de piekperiode rond Pasen vroeger viel.

Budweiser werd in maart op nationale schaal gelanceerd ter voorbereiding van de aanstaande FIFA World Cup™. De portefeuille van wereldwijde merken, inclusief Stella Artois en Corona, kende het afgelopen kwartaal een groei van ruim 200% en veroverde meer dan 600 basispunten marktaandeel in het groeiende Premium-segment.

Castle Lite zet zijn sterke groei in het Core Plus-segment voort en boekte dit kwartaal via de samenwerking met het beroemde rapfenomeen Chance the Rapper het beste resultaat ooit op het vlak van online engagement. Castle Free blijft de biercategorie uitbreiden met niet-alcoholische dranken en heeft onlangs aangekondigd dat het merk het nationale Rugby Sevens-team van Zuid-Afrika meerdere jaren zal sponsoren. In het segment van merken die nauw bij de biercategorie aansluiten heeft de succesvolle lancering van een nieuwe variant ervoor gezorgd dat Flying Fish een groei van meer dan 30% gekend heeft.

De in 3Q17 gelanceerde herbruikbare fles van 1 liter werd nationaal uitgerold in 1Q18. Core-merken en Core Plus-merken zijn nu in een betaalbaar formaat voor meerdere porties beschikbaar, waardoor nieuwe consumenten op meer gelegenheden bereikt kunnen worden.

Dankzij de realisatie van synergieën gecombineerd met gedisciplineerd kostenbeheer kende de EBITDA een dubbelcijferige groei en steeg de EBITDA-marge met meer dan 300 basispunten.

China

ONDANKS een dubbelcijferige groei in 1Q17 stegen de opbrengsten met 4,4% in 1Q18 dankzij een volumestijging van 1,6% en een toename van de opbrengsten per hl met 2,7%.

Het Chinese Nieuwjaar zorgde wederom voor uitstekende opportuniteiten om zowel online als offline banden te smeden en feest te vieren met consumenten. Budweiser blijft het belangrijkste merk onder consumenten met een hoog inkomen en ging er qua merkvoorkeur opnieuw op vooruit dankzij een succesvolle activering binnen het kader van het Chinese Nieuwjaar. Onze High End Company noteerde wederom een hoge dubbelcijferige volumegroei, in eerste instantie dankzij uitstekende resultaten van Corona, dat nu het meest verkochte ingevoerde bier in China is, volgens publiek beschikbare data. Daarnaast kende onze portefeuille ambachtelijke en speciale bieren eveneens een robuuste groei. Onze e-commerce-activiteiten in China deden het bovendien ook heel goed en realiseerden een hoge dubbelcijferige volumestijging in het kwartaal.

ONS GESCHAT MARKTAANDEEL bedroeg opnieuw meer dan 20%, en dit in een sector die een matig herstel kende in 1Q18 na een geschatte daling met 0,9% in FY17. We noteerden een organische EBITDA-groei met 10,6%, met een stijging van de EBITDA-marge met meer dan 200 basispunten tot 35,5%, onder invloed van een gunstige prijzenmix, productiviteitswinsten en een optimalisering van de geografische voetafdruk.

WE ZIJN ERVAN overtuigd dat onze merkenportefeuille goed gepositioneerd blijft om sneller te blijven groeien dan de sector omdat de sneller groeiende segmenten Premium en Superpremium en online kanalen in ons nationaal marktaandeel oververtegenwoordigd zijn.

Hoogtepunten van onze andere markten

Canada kon dit kwartaal betere resultaten voorleggen, waarbij een betere trend binnen de sector en gezonde prestaties binnen onze volledige portefeuille bijgedragen hebben tot opbrengstengroei. Bud Light blijft het snelst groeiende merk in het land, en we noteerden ook een dubbelcijferige groei van Michelob Ultra. In het segment luxebieren waren Stella Artois en Corona de twee sterkst groeiende merken, en onze portefeuille van lokale ambachtelijke bieren kende een dubbelcijferige groei.

In Peru boekten we ondanks min of meer stabiele biervolumes en negatieve verkoopresultaten voor frisdranken een dubbelcijferige opbrengstengroei dankzij een gunstige merkenmix en onze initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer die in 4Q17 uitgevoerd werden. We noteerden een sterke groei van onze drie wereldwijde merken alsook een sterke activering van het merk Cristal binnen het kader van de kwalificatie van het nationale team voor de FIFA World Cup™. **Ecuador** kende een opbrengstengroei van ongeveer 15% alsook een dubbelcijferige volumegroei hoewel de economie nog aan het herstellen is van de impact van de aardbeving in april 2016.

In **Latijns-Amerika Zuid** noteerden we gemiddelde eencijferige volumegroei van ongeveer 15% in **Argentinië, Paraguay, Uruguay** en **Bolivia**. Deels dankzij deze resultaten boekten we een opbrengstengroei van 24,4% in de regio. **Argentinië** kende voor de derde keer op rij een marktaandeelstijging voor bier dankzij de herpositionering van de twee grootste Core-merken, Quilmes Clásica en Brahma. Beide merken noteerden een hoge eencijferige volumestijging na een succesvolle toepassing van het kader voor de uitbreiding van de categorie. Onze wereldwijde merken boekten wederom een dubbelcijferige opbrengstengroei in de hele regio, en we kijken ernaar uit om Budweiser tijdens de FIFA World Cup™ in Argentinië te activeren nu het merk opnieuw deel uitmaakt van onze portefeuille.

Binnen EMEA kende West-Europa een lage eencijferige opbrengstengroei door volumegroei te realiseren en in een zwakke sector betere prestaties neer te zetten dan de concurrentie. Onze activiteiten in het VK noteerden een dubbelcijferige opbrengstengroei ondanks een moeilijke vergelijkbare basis. In Oost-Europa daalden de opbrengsten door een aanhoudende daling van de volumes in Rusland. Bovendien hebben we op 30 maart 2018 de 50:50 fusie van de huidige activiteiten van AB InBev en Anadolu Efes in Rusland en Oekraïne afgerond. De gecombineerde activiteiten zullen volledig worden geconsolideerd in de jaarrekening van Anadolu Efes. Ten gevolge van de transactie consolideren we onze activiteiten in Rusland en Oekraïne niet langer en sinds die datum verwerken we onze investering in AB InBev Efes volgens de vermogensmutatiemethode. In Afrika (zonder Zuid-Afrika) kenden onze volumes eigen bieren een dubbelcijferige stijging in nagenoeg alle landen waar we actief zijn. Een van de sterkste stijgers in het kwartaal was Nigeria, met een toename van onze biervolumes aan de bovenkant van de vork 10 tot 20%. Budweiser werd in maart in Nigeria gelanceerd met een sterke vroege vraag. Het merk zal via traditionele en digitale media ondersteund worden en verder geactiveerd worden via de wereldwijde sponsoring van de FIFA World Cup™, waaraan het Nigeriaanse nationale team zal deelnemen.

Australië boekte dit kwartaal opnieuw sterke commerciële winsten met een hoge enkelcijferige opbrengstengroei. Great Northern blijft een belangrijke groeimotor en dat geldt ook voor Carlton Dry, dat met zijn recente "Underthink It"-campagne een sterke reactie heeft uitgelokt bij de consument. Onze portefeuille luxemerken droeg wederom aanzienlijk bij tot onze opbrengstengroei dankzij doeltreffende initiatieven van Corona en Stella Artois op het vlak van premiumisering en een dubbelcijferige groei binnen onze portefeuille ambachtelijke bieren, met als belangrijkste stijgers 4 Pines, Pirate Life en Wild Yak.

GECONSOLIDEERDE RESULTATENREKENING

Tabel 3. Geconsolideerde resultatenrekening (miljoen USD)

	1Q17	1Q18	Interne groei
Opbrengsten	12 922	13 073	4,7%
Kostprijs verkochte goederen	-5 229	-4 988	-1,3%
Brutowinst	7 693	8 085	6,9%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-4 228	-4 298	-2,6%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	257	149	-27,6%
Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige opbrengsten/(kosten)	3 721	3 935	9,7%
Eenmalige opbrengsten/(kosten) boven EBIT	- 221	- 96	
Netto financiële opbrengsten/ (kosten)	-1 492	-1 545	
Eenmalige netto financiële opbrengsten/ (kosten)	99	- 330	
Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen	54	57	
Belastingen	- 418	- 673	
Winst van beëindigde activiteiten	1 743	1 347	
Resultaten van beëindigde activiteiten	28	-	
Winst	1 771	1 347	
Winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen	366	329	
Winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 405	1 018	
Genormaliseerde EBITDA	4 809	4 989	6,6%
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 458	1 443	

Opbrengsten

De geconsolideerde opbrengsten stegen met 4,7% in 1Q18, en de opbrengsten per hl namen toe met 4,9%, onder impuls van initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer en aanhoudende sterke resultaten van onze premiummerken. Bij een constante geografische basis stegen de opbrengsten per hl met 5,3%.

Kostprijs Verkochte Goederen (KVG)

In 1Q18 steeg de KVG met 1,3%, en met 1,5% per hl. Bij een constante geografische basis steeg de KVG met 2,4% ten gevolge van onder andere de realisatie van synergieën.

Verkoopkosten, algemene kosten en administratiekosten (VAA)

De VAA-kosten stegen met 2,6%, wat een stuk onder de inflatie was. Deze stijging weerspiegelt de realisatie van synergieën gecombineerd met goede kostenbeheersing, maar die werden gedeeltelijk tenietgedaan door een stijging in de verkoop- en marketinginitiatieven voorafgaand aan de FIFA World Cup™.

Overige bedrijfsopbrengsten

De overige bedrijfsopbrengsten stegen organisch met 27,6% onder invloed van een moeilijke vergelijkbare basis.

Eenmalige opbrengsten en kosten boven EBIT

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

	1Q17	1Q18
Herstructurering	- 189	- 54
Verwervingskosten van bedrijfscombinaties	- 17	- 15
Verkoop van activiteiten en activa (inclusief bijzondere waardeverminderingen)	- 15	- 27
Impact op bedrijfsresultaat	- 221	- 96

Het genormaliseerde bedrijfsresultaat is exclusief 96 miljoen USD aan eenmalige kosten, vooral ten gevolge van de eenmalige reorganisatiekosten in verband met de integratie van SAB.

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

	1Q17	1Q18
Netto-interestkosten	-1 084	- 969
Netto-interestkosten voor pensioenen	- 29	- 24
Periode toerekeningkosten	- 169	- 80
Overige financiële resultaten	- 210	- 472
Netto financiële opbrengsten/ (kosten)	-1 492	-1 545

De netto financiële kosten (exclusief eenmalige netto financiële kosten) bedroegen 1 545 miljoen USD in 1Q18 vergeleken met 1 492 miljoen USD in 1Q17. De netto interestkosten daalden van 1 084 miljoen USD tot 969 miljoen USD. De overige financiële resultaten omvatten een marktwaardeverlies van 242 miljoen USD in 1Q18 gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's, vergeleken met een winst van 130 miljoen USD in 1Q17.

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

	1Q17	1Q18
Aandelenkoers per begin kwartaal (euro per aandeel)	100,55	93,13
Aandelenkoers per einde kwartaal (euro per aandeel)	102,90	89,28
Aantal eigen-vermogeninstrumenten per einde periode (miljoen)	48,5	46,9

Eenmalige netto financiële opbrengsten/(kosten)

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

	1Q17	1Q18
Aanpassing aan marktwaarde (Grupo Modelo instrument voor uitgestelde aandelen)	54	- 117
Andere aanpassing aan marktwaarde	45	- 114
Overige	-	- 98
Eenmalige netto financiële opbrengsten/ (kosten)	99	- 330

De eenmalige netto financiële kosten bedroegen 330 miljoen USD in 1Q18 vergeleken met 99 miljoen USD aan inkomsten in 1Q17. Het resultaat voor 1Q18 omvat een marktwaardeverlies op afgeleide instrumenten aangegaan ter afdekking van het instrument voor uitgestelde aandelen dat uitgegeven werd in het kader van een transactie die verband hield met de combinatie met Grupo Modelo met een waarde

van 117 miljoen USD, en afgeleide instrumenten aangegaan ter afdekking van een deel van de beperkte aandelen die in verband met de combinatie met SAB uitgegeven werden met een waarde van 114 miljoen USD alsook 98 miljoen USD aan premies die binnen het kader van vervroegde terugbetaling van bepaalde obligaties werden betaald.

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

	1Q17	1Q18
Aandelenkoers per begin kwartaal (euro per aandeel)	100,55	93,13
Aandelenkoers per einde kwartaal (euro per aandeel)	102,90	89,28
Aantal uitgestelde aandelen instrumenten per einde periode (miljoen)	43,9	45,5

Belastingen

Tabel 9. Belastingen (miljoen USD)

	1Q17	1Q18
Belastingen	418	673
Effectieve Aanslagvoet	19,8%	34,3%
Genormaliseerde Effectieve Aanslagvoet	20,4%	28,3%

In 1Q18 bedroegen de belastingen 673 miljoen USD met een genormaliseerde effectieve aanslagvoet (EAV) van 28,3% tegenover 418 miljoen USD aan belastingen in 1Q17 en een genormaliseerde EAV van 20,4%. De genormaliseerde EAV in 1Q18 werd negatief beïnvloed door een negatieve aanpassing aan de marktwaarde van 242 miljoen USD die samenhangt met de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's die niet fiscaal aftrekbaar zijn enerzijds en de timing van bepaalde inhoudingen en voorheffingen op intragroepsuitkeringen in de loop van het jaar anderzijds. Wanneer geen rekening gehouden wordt met de aanpassingen aan de marktwaarde, zou de genormaliseerde EAV 25,7% bedragen hebben in 1Q18 en 21,6% in 1Q17.

Genormaliseerde winst en winst

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

	1Q17	1Q18
Winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen- vermogensinstrumenten	1 405	1 018
Eenmalige opbrengsten en kosten, voor belastingen	221	96
Eenmalige financiële (opbrengsten)/kosten, voor belastingen	- 98	330
Eenmalige belastingen	- 37	- 2
Eenmalige minderheidsbelangen	- 5	- 1
Resultaten van beëindigde bedrijfsactiviteiten	- 28	-
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten	1 458	1 443

De winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev bedroeg 1 018 miljoen USD in 1Q18 tegenover 1 405 miljoen USD in 1Q17. Dit is voornamelijk het gevolg van hogere eenmalige netto financiële kosten, die gedeeltelijk gecompenseerd werden door een daling in het aantal eenmalige elementen.

De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev bedroeg 1 443 miljoen USD in 1Q18 in vergelijking met 1 458 miljoen USD in 1Q17.

Genormaliseerde en basis-WPA

Tabel 11. Winst per aandeel (USD)		
	1Q17	1Q18
Basis-WPA	0,71	0,52
Eenmalige opbrengsten en kosten, voor belastingen	0,11	0,05
Eenmalige financiële (opbrengsten)/kosten, voor belastingen	-0,05	0,17
Eenmalige belastingen	-0,02	-
Resultaten van beëindigde bedrijfsactiviteiten	-0,01	-
Genormaliseerde WPA	0,74	0,73

De genormaliseerde winst per aandeel (WPA) daalde van 0,74 USD in 1Q17 tot 0,73 USD in 1Q18.

Tabel 12. Belangrijkste drijfveren van de genormaliseerde WPA (USD)		
	1Q17	1Q18
Genormaliseerde EBIT	1,89	1,99
Aanpassing aan marktwaarde (afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's)	0,07	-0,12
Netto financiële kosten	-0,83	-0,66
Belastingen	-0,23	-0,34
Geassocieerde deelnemingen & minderheidsbelangen	-0,16	-0,14
Genormaliseerde WPA	0,74	0,73

Reconciliatie van winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten en genormaliseerde EBITDA

Tabel 13. Reconciliatie van genormaliseerde EBITDA en winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten (miljoen USD)

	1Q17	1Q18
Winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-	1 405	1 018
Minderheidsbelangen	366	329
Winst	1 771	1 347
Resultaten van beëindigde activiteiten	- 28	-
Winst van beëindigde activiteiten	1 743	1 347
Belastingen	418	673
Aandeel in het resultaat van geassocieerde ondernemingen	- 54	- 57
Netto financiële (opbrengsten)/ kosten	1 492	1 545
Eenmalige netto financiële (opbrengsten)/ kosten	- 99	330
Eenmalige (opbrengsten)/kosten boven EBIT	221	96
Genormaliseerde EBIT	3 721	3 935
Afschrijvingen en bijzondere waardeverminderingen	1 088	1 051
Genormaliseerde EBITDA	4 809	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) resultaten van stopgezette activiteiten, (iii) belastingen, (iv) aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen, (v) netto financiële kosten, (vi) eenmalige netto financiële kosten, (vii) eenmalige opbrengsten en kosten boven EBIT (inclusief eenmalige bijzondere waardeverminderingen) en (viii) 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.

RECENTE GEBEURTENISSEN

1. Uitgifte van 10 miljard USD aan obligaties

Op 4 april 2018 hebben we obligaties uitgegeven voor een globaal bedrag in hoofdsom van 10,0 miljard USD (samen de 'Obligaties' genoemd). De Obligaties werden uitgegeven door Anheuser-Busch InBev Worldwide Inc. De uitgifte stelde ons in staat om de looptijd van onze schulden aanzienlijk te verlengen tegen historisch aantrekkelijke tarieven. De obligaties omvatten de volgende series:

Titel van de Serie Obligaties	Globaal bedrag in hoofdsom geplaatst	Vervaldag	Interestvoet
Variabele rente Obligaties met vervaldag in 2024	500 miljoen USD	12 januari 2024	LIBOR drie maanden plus 74 bps
3,500% Obligaties met vervaldag in 2024	1 500 miljoen USD	12 januari 2024	3,50%
4,000% Obligaties met vervaldag in 2028	2 500 miljoen USD	13 april 2028	4,00%
4,375% Obligaties met vervaldag in 2038	1 500 miljoen USD	15 april 2038	4,38%
4,600% Obligaties met vervaldag in 2048	2 500 miljoen USD	15 april 2048	4,60%
4,750% Obligaties met vervaldag in 2058	1 500 miljoen USD	15 april 2058	4,75%

De opbrengsten van de obligaties zullen worden aangewend voor algemene bedrijfsdoeleinden, met inbegrip van de aankomende terugbetaling van aangekondigde schulden met vervaldag in 2019 en 2020.

2. Terugbetaling van obligaties

Op 22 maart 2018 hebben we aangekondigd dat we onze opties uitoefenen om het uitstaande bedrag in hoofdsom van bepaalde obligaties met vervaldag in 2019 en 2020 volledig terug te betalen. Deze obligaties werden oorspronkelijk uitgegeven door onze volledige dochtervennootschappen Anheuser-Busch InBev Worldwide Inc (ABIWW), Anheuser-Busch Companies, LLC en Anheuser-Busch InBev Finance Inc.

Het totale bedrag in hoofdsom van de afgeloste obligaties is ongeveer 7,8 miljard USD, en deze obligaties werden volledig terugbetaald op 23 april 2018.

Daarnaast hebben we op 7 mei 2018 aangekondigd dat we onze optie uitoefenen om het uitstaande bedrag in hoofdsom van de 5,00% obligaties met vervaldag in 2020 ten belope van 1,0 miljard USD volledig terug te betalen op 6 juni 2018. Deze serie obligaties werd uitgegeven door ABIWW.

Emittent	Titel van de Serie Obligaties (tesamen de "Obligaties")	Totaal bedrag in hoofdsom	Interestvoet	CUSIP Nummer
Anheuser-Busch Companies, LLC	5,000% Obligaties met vervaldag in 2019	300 miljoen USD	5,00%	035229CW1
Anheuser-Busch InBev Finance Inc.	1,900% Obligaties met vervaldag in 2019	4 000 miljoen USD	1,90%	035242AG1
Anheuser-Busch InBev Finance Inc.	2,150% Obligaties met vervaldag in 2019	1 250 miljoen USD	2,15%	035242AE6
Anheuser-Busch InBev Worldwide Inc.	5,375% Obligaties met vervaldag in 2020	2 250 miljoen USD	5,38%	03523TAN8 / 03523TAJ7 / U03597AJ7
Anheuser-Busch InBev Worldwide Inc.	5,000% Obligaties met vervaldag in 2020	1 000 miljoen USD	5,00%	03523TAU2 / U03597AN8 / 03523TAV0

Het totale bedrag in hoofdsom van de obligaties die afgelost werden of zullen worden is 8,8 miljard USD, en de terugbetaling van deze obligaties werd gefinancierd met kasmiddelen of zal met kasmiddelen gefinancierd worden. Gelieve contact op te nemen met Kerry McFarland van BNY Mellon (kerry.mcfarland@bnymellon.com) voor de terugbetalingsprijs van de 5,000% obligaties met vervaldag in 2020 die door ABIWW werden uitgegeven.

3. Transactie in Argentinië

Nadat we alle relevante goedkeuringen hadden verkregen, hebben we op 2 mei 2018 Budweiser opnieuw in onze portefeuille opgenomen in Argentinië in ruil voor een contante betaling aan Compañía Cervecerías Unidas S.A. ("CCU"). Tegelijkertijd hebben we verschillende overeenkomsten gesloten met onze Argentijnse dochteronderneming Cervecería y Maltería Quilmes S.A. ("CMQ"), waarbij we bepaalde van onze Argentijnse activa aan CMQ hebben overgedragen en CMQ in Argentinië een licentie hebben gegeven voor het merk Budweiser enerzijds en, onder bepaalde voorwaarden, voor onze Noord-Amerikaanse merkenportefeuille anderzijds. Binnen het kader van de transactie hebben wij en CMQ de merken Isenbeck, Iguana, Diosa, Norte en Baltica overgedragen aan CCU en in dat verband een aantal overdrachtsovereenkomsten gesloten.

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 interne 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.

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 interne 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.

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 elementen 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

voorgestelde 50:50 fusie van de bestaande activiteiten van AB InBev en Anadolu Efes afgerond. De gecombineerde activiteiten zullen volledig worden geconsolideerd in de financiële rekeningen 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 resultaten van de voormalige Centraal- en Oost-Europese activiteiten van SAB worden weergegeven als het "resultaat van stopgezette activiteiten" tot hun verkoop op 31 maart 2017. De optelling van cijfers in de tabellen en bijlagen kan soms leiden tot afrondingsverschillen.

De winst per aandeel voor 1Q18 is gebaseerd op een gewogen gemiddelde van 1 974 miljoen aandelen voor 1Q18, vergeleken met een gewogen gemiddelde van 1 970 miljoen aandelen voor 1Q17.

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 SAB en andere verklaringen andere 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 SAB 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 19 maart 2018. 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.

TOELICHTINGEN

De in tabel 1 (met uitzondering van de volume-informatie) en tabel 3 tot 5, 7, 9 tot 11 en 13 van dit persbericht vermelde financiële gegevens voor het eerste kwartaal van 2018 (1Q18) 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 2018; deze gegevens werden nagezien door onze commissarissen Deloitte Bedrijfsrevisoren BCVBA 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 12 zijn ontleend aan de onderliggende financiële staten op datum van en voor de periode van drie maanden eindigend op 31 maart 2018 (met uitzondering van de volume-informatie).

TELEFONISCHE CONFERENTIE EN WEBCAST

Telefonische conferentie en webcast voor investeerders op woensdag 9 mei 2018:

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

Registratiegegevens

Webcast (enkel luisteren)

<https://bit.ly/2KoMvX2>

Telefonische conferentie (met interactieve V&A)

<https://bit.ly/2uGfb9e>

CONTACTPERSONEN ANHEUSER-BUSCH INBEV

Media

Marianne Amssoms

Tel: +1-212-573-9281

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

Aimee Baxter

Tel: +1-718-650-4003

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

Ingvild Van Lysebetten

Tel: +32-16-27-68-23

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

Investeerders

Henry Rudd

Tel: +1-212-503-2890

il: henry.rudd@ab-inbev.com

Mariusz Jamka

Tel: +32-16-27-68-88

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

Lauren Abbott

Tel: +1-212-573-9287

E-mail: lauren.abbott@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®, Chernigivske®, Cristal®, Harbin®, Jupiler®, Klinskoye®, Michelob Ultra®, Modelo Especial®, Quilmes®, Victoria®, Sedrin®, Sibirskaya Korona® en Skol®. Ons brouwerigoed 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 groeimarkten, en benutten de collectieve sterkte van bijna 200 000 medewerkers in meer dan 50 landen wereldwijd. In 2017 bedroeg de gerapporteerde opbrengst van AB InBev 56,4 miljard USD (exclusief joint ventures en geassocieerde ondernemingen).

Bijlage 1						
AB InBev Wereldwijd	1Q17	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q18	Interne groei
Volumes (duizend hls)	147 872	-12 759	-	- 281	134 831	-0,2%
waarvan AB InBev eigen bieren	117 729	10	-	612	118 351	0,5%
Opbrengsten	12 922	- 654	230	575	13 073	4,7%
Kostprijs verkochte goederen	-5 230	410	- 105	- 63	-4 988	-1,3%
Brutowinst	7 693	-245	125	512	8 085	6,9%
Verkoopkosten, algemene kosten en	-4 228	142	- 108	- 105	-4 298	-2,6%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	257	- 42	- 7	- 59	149	-27,6%
Genormaliseerde EBIT	3 721	- 144	11	348	3 935	9,7%
Genormaliseerde EBITDA	4 809	- 168	40	308	4 989	6,6%
Genormaliseerde EBITDA-marge	37,2%				38,2%	70 bps
Noord-Amerika	1Q17	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q18	Interne groei
Volumes (duizend hls)	25 836	33	-	-1 055	24 814	-4,1%
Opbrengsten	3 514	4	19	- 78	3 460	-2,2%
Kostprijs verkochte goederen	-1 337	8	- 7	32	-1 304	2,4%
Brutowinst	2 177	13	12	- 47	2 156	-2,1%
Verkoopkosten, algemene kosten en						
administratie kosten	-1 019	- 14	- 9	- 4	-1 045	-0,3%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	15	-	-	- 14	1	-95,8%
Genormaliseerde EBIT	1 173	- 1	3	- 64	1 111	-5,5%
Genormaliseerde EBITDA	1 371	- 1	4	- 65	1 309	-4,7%
Genormaliseerde EBITDA-marge	39,0%				37,8%	-99 bps
Latijns-Amerika West	1Q17	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q18	Interne groei
Volumes (duizend hls)	25 531	- 20	-	2 150	27 661	8,4%
Opbrengsten	1 976	- 2	86	276	2 336	14,0%
Kostprijs verkochte goederen	- 585	- 4	-27	- 66	- 682	-11,2%
Brutowinst	1 391	- 6	58	210	1 654	15,2%
Verkoopkosten, algemene kosten en						
administratie kosten	- 647	5	-28	- 40	- 710	-6,2%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	25	-	-	- 19	6	-75,5%
Genormaliseerde EBIT	769	- 1	30	152	950	19,7%
Genormaliseerde EBITDA	921	- 1	36	152	1 110	16,6%
Genormaliseerde EBITDA-marge	46,6%				47,5%	105 bps
Latijns-Amerika Noord	1Q17	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q18	Interne groei
Volumes (duizend hls)	30 419	-61	-	-2 806	27 551	-9,2%
Opbrengsten	2 335	-8	- 47	- 1	2 279	0,0%
Kostprijs verkochte goederen	- 997	3	18	102	- 875	10,2%
Brutowinst	1 337	-5	- 29	101	1 404	7,6%
Verkoopkosten, algemene kosten en						
administratie kosten	- 733	2	15	- 22	- 738	-3,1%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	91	-	- 2	- 5	85	-5,6%
Genormaliseerde EBIT	696	- 3	- 16	74	751	10,6%
Genormaliseerde EBITDA	901	- 3	- 20	72	949	8,0%
Genormaliseerde EBITDA-marge	38,6%				41,7%	309 bps

Bijlage 1						
Latijns-Amerika Zuid	1Q17	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q18	Interne groei
Volumes (duizend hls)	9 090	17	-	507	9 614	5,6%
Opbrengsten	872	2	- 132	213	956	24,4%
Kostprijs verkochte goederen	- 315	-1	40	- 61	- 337	-19,3%
Brutowinst	557	1	- 91	152	619	27,2%
Verkoopkosten, algemene kosten en	- 208	-	33	- 57	- 232	-27,1%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	-	-	-	- 5	-4	-1.081,4%
Genormaliseerde EBIT	349	1	- 58	90	383	25,8%
Genormaliseerde EBITDA	399	1	- 65	100	436	25,1%
Genormaliseerde EBITDA-marge	45,7%				45,6%	27 bps
EMEA	1Q17	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q18	Interne groei
Volumes (duizend hls)	32 919	-12 742	-	372	20 549	1,8%
waarvan AB InBev eigen bieren	18 784	4	-	264	19 051	1,4%
Opbrengsten	2 341	- 659	166	71	1 919	4,2%
Kostprijs verkochte goederen	-1 126	408	- 65	- 51	- 835	-7,3%
Brutowinst	1 215	- 252	101	19	1 084	2,0%
Verkoopkosten, algemene kosten en						
administratie kosten	- 779	167	- 65	- 14	- 691	-2,3%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	26	- 3	1	- 12	13	-49,8%
Genormaliseerde EBIT	462	- 88	37	- 6	405	-1,6%
Genormaliseerde EBITDA	664	- 113	54	6	611	1,0%
Genormaliseerde EBITDA-marge	28,4%				31,8%	-100 bps
Azië	1Q17	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q18	Interne groei
Volumes (duizend hls)	23 683	14	-	600	24 296	2,5%
Opbrengsten	1 801	8	138	94	2 040	5,2%
Kostprijs verkochte goederen	- 806	- 4	-60	-1	- 871	-0,1%
Brutowinst	995	4	78	93	1 169	9,4%
Verkoopkosten, algemene kosten en	- 600	- 5	-42	25	- 621	4,2%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	42	-	3	- 5	41	-10,8%
Genormaliseerde EBIT	437	- 1	39	114	589	26,1%
Genormaliseerde EBITDA	654	- 1	51	56	760	8,6%
Genormaliseerde EBITDA-marge	36,3%				37,2%	116 bps
Globale Export en Holdingmaatschappijen	1Q17	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q18	Interne groei
Volumes (duizend hls)	395	-	-	-49	346	-12,3%
Opbrengsten	83	-	-	-	84	0,4%
Kostprijs verkochte goederen	- 63	- 1	-4	- 18	- 85	-27,9%
Brutowinst	21	- 1	-4	- 17	- 1	-87,8%
Verkoopkosten, algemene kosten en	- 242	-13	- 13	6	- 261	2,4%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	57	- 39	- 9	-	9	-2,7%
Genormaliseerde EBIT	- 165	- 52	-25	- 12	- 254	-5,4%
Genormaliseerde EBITDA	- 100	- 51	- 21	- 14	- 185	-9,1%