

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 4Q18 en FY18 vergeleken met dezelfde periode vorig jaar. Zie pagina 26 voor belangrijke disclaimers.

## Anheuser-Busch InBev publiceert resultaten voor het volledige jaar en het vierde kwartaal van 2018

### HOOGTEPUNTEN

- Een solide opbrengstengroei van 4,8% gekoppeld aan het operationele hefboomeffect zorgde voor een EBITDA-groei van 7,9% met een stijging van de marge met 118 basispunten en 8,6 miljard USD aan onderliggende winst, dit alles ondanks ongunstige valutaschommelingen en hogere grondstofprijzen.
- We hebben dit jaar een stijging van het volume, de opbrengsten en het marktaandeel gerealiseerd op heel wat van onze belangrijke markten, in het bijzonder Mexico, China, West-Europa, Colombia en verschillende Afrikaanse landen, waaronder Nigeria.
- Premiumiseringsinitiatieven hebben voor volume- en opbrengstengroei gezorgd, vooral onder impuls van consistente dubbelcijferige opbrengstengroei in de High End Company en onze wereldwijde merken buiten hun thuismarkten.
- In de VS hebben we ons beste jaarlijks marktaandeelresultaat sinds 2012 neergezet.
- Alcoholvrije en alcoholarme dranken waren goed voor ongeveer 8% van ons wereldwijde biervolume in 2018 aangezien we ons steeds meer focussen op deze opportuniteit, die aansluit op de wereldwijde trend van gezondheid en welzijn en in lijn met ons engagement om in te zetten op verantwoorde consumptiekeuzes.

### KERNCIJFERS

- **Opbrengsten:** De opbrengsten stegen met 4,8% in FY18 en met 5,3% in 4Q18, en de opbrengsten per hl namen toe met 4,5% in FY18 en met 4,9% in 4Q18 onder impuls van wereldwijde initiatieven op het vlak van premiumisering en opbrengstenbeheer. Bij een constante geografische basis stegen de opbrengsten per hl met 4,7% in FY18 en met 4,6% in 4Q18.
- **Volume:** In FY18 namen de totale volumes met 0,3% toe, waarbij het volume eigen bieren met 0,8% steeg en het volume niet-bieren een daling van 3,6% kende. In 4Q18 namen de totale volumes met 0,3% toe, waarbij het volume eigen bieren met 1,2% steeg en het volume niet-bieren een daling van 4,9% kende.
- **Wereldwijde merken:** De gecombineerde opbrengsten van onze drie wereldwijde merken, Budweiser, Stella Artois en Corona, stegen met 9,0% in FY18 en met 9,8% in 4Q18. Buiten hun respectievelijke thuismarkten groeiden de wereldwijde merken met 13,1% in FY18 en met 12,6% in 4Q18.
- **Kostprijs Verkochte Goederen (KVG):** In FY18 steeg de KVG met 4,7%, en met 4,3% per hl. Bij een constante geografische basis steeg de KVG per hl in FY18 met 4,6%. In 4Q18 steeg de KVG met 6,5%, en met 6,0% per hl. Bij een constante geografische basis steeg de KVG per hl in 4Q18 met 6,0%.
- **EBITDA:** De EBITDA steeg met 7,9% in FY18 tot 22 080 miljoen USD ten gevolge van opbrengstengroei, kostendiscipline en de realisatie van synergieën. De EBITDA-marge is met 118 basispunten gestegen tot 40,4%. De EBITDA voor 4Q18 steeg met 10,0% tot 6 166 miljoen USD, terwijl de EBITDA-marge met 190 basispunten steeg tot 43,3%.
- **Netto financiële kosten:** De netto financiële kosten (exclusief eenmalige netto financiële opbrengsten/kosten) bedroegen 6 747 miljoen USD in FY18 vergeleken met 5 814 miljoen USD in FY17. De stijging was vooral het gevolg van een marktwaardeverlies van 1 774 miljoen USD in FY18 gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's, vergeleken met een verlies van 291 miljoen USD in FY17, wat goed is voor een schommeling van 1 483 miljoen USD. De netto financiële kosten bedroegen 2 144 miljoen USD in 4Q18 vergeleken met 1 559 miljoen USD in 4Q17.

- **Belastingen:** Onze genormaliseerde effectieve aanslagvoet (EAV) steeg van 22,9% in FY17 naar 27,8% in FY18, en groeide van 32,1% in 4Q17 tot 32,9% in 4Q18. Wanneer geen rekening gehouden wordt met de impact van verliezen ten gevolge van de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's, bedroeg onze genormaliseerde EAV 24,0% in FY18 tegenover 22,4% in FY17 en 25,1% in 4Q18 tegenover 28,8% in 4Q17.
- **Winst:** De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev bedroeg 6 793 miljoen USD in FY18 vergeleken met 7 967 miljoen USD in FY17, en 1 574 miljoen USD in 4Q18 vergeleken met 2 054 miljoen USD in 4Q17. De genormaliseerde winst werd negatief beïnvloed door marktwaardeverliezen gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's. De onderliggende winst (genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev exclusief marktwaardeverliezen gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's en de impact van hyperinflatie) bedroeg 8 644 miljoen USD in FY18 ten opzichte van 8 258 miljoen USD in FY17, en bedroeg 2 497 miljoen USD in 4Q18 ten opzichte van 2 450 miljoen USD in 4Q17.
- **Winst per aandeel (WPA):** De genormaliseerde WPA bedroeg 3,44 USD in FY18 ten opzichte van 4,04 USD in FY17, en 0,80 USD in 4Q18 ten opzichte van 1,04 USD in 4Q17. De onderliggende WPA (genormaliseerde WPA exclusief marktwaardeverliezen gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's en de impact van hyperinflatie) bedroeg 4,38 USD in FY18 ten opzichte van 4,19 USD in FY17 en 1,26 USD in 4Q18 ten opzichte van 1,24 USD in 4Q17.
- **Dividend:** De Raad van Bestuur van AB InBev stelt een slotdividend van 1,00 EUR per aandeel voor, onder voorbehoud van goedkeuring door de aandeelhouders op de algemene aandeelhoudersvergadering van 24 april 2019. Samen met het in november 2018 uitbetaalde interimdividend van 0,80 EUR per aandeel zal het totale dividend voor FY18 1,80 EUR per aandeel bedragen. Een tijdslijn met indicatie van de ex-coupondata, de registratiedata en de betalingsdata is terug te vinden op pagina 23.
- **Combinatie met SAB:** De bedrijfsintegratie was goed voor 805 miljoen USD aan synergieën en kostenbesparingen in FY18, waarvan er 217 miljoen USD gerealiseerd werden in 4Q18. We hebben nu 2 938 miljoen USD van de verwachte 3,2 miljard USD aan synergieën en kostenbesparingen op basis van constante wisselkoersen vanaf augustus 2016 gerealiseerd.
- **Afbouw schuldpositie:** De verhouding tussen de netto schuld en de genormaliseerde EBITDA daalde van 4,8x voor de periode van 12 maanden eindigend op 31 december 2017 tot 4,6x voor de periode van 12 maanden eindigend op 31 december 2018. We verwachten dat de verhouding tussen onze nettoschuld en onze EBITDA tegen eind 2020 lager dan 4x zal zijn.
- **Hyperinflatie:** In overeenstemming met de regels van de IFRS moeten we sinds 1 januari 2018 in Argentinië boekhoudkundige correcties toepassen voor de hyperinflatie. Meer informatie hieromtrent vindt u op pagina 20.
- **Het financieel verslag voor het volledige jaar 2018** is beschikbaar op onze website [www.ab-inbev.com](http://www.ab-inbev.com).

**Tabel 1. Geconsolideerde resultaten (miljoen USD)**

	FY17	FY18	Interne groei
<b>Volumes (duizend hls)</b>	<b>612 572</b>	<b>567 066</b>	<b>0,3%</b>
AB InBev eigen bieren	507 692	500 561	0,8%
Niet-biervolumes	100 211	61 719	-3,6%
Producten van derden	4 669	4 786	3,1%
<b>Opbrengsten</b>	<b>56 444</b>	<b>54 619</b>	<b>4,8%</b>
<b>Brutowinst</b>	<b>35 058</b>	<b>34 259</b>	<b>4,9%</b>
Brutomarge	62,1%	62,7%	3 bps
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>22 084</b>	<b>22 080</b>	<b>7,9%</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	39,1%	40,4%	118 bps
<b>Genormaliseerde EBIT</b>	<b>17 814</b>	<b>17 821</b>	<b>9,0%</b>
Genormaliseerde EBIT-marge	31,6%	32,6%	130 bps
Winst toe te rekenen aan houders	7 996	4 368	
<b>Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders</b>	<b>7 967</b>	<b>6 793</b>	
<b>Onderliggende winst toe te rekenen aan houders</b>	<b>8 258</b>	<b>8 644</b>	
Winst per aandeel (USD)	4,06	2,21	
<b>Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten) (USD)</b>	<b>4,04</b>	<b>3,44</b>	
<b>Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten) (USD)</b>	<b>4,19</b>	<b>4,38</b>	

	4Q17	4Q18	Interne groei
<b>Volumes (duizend hls)</b>	<b>145 977</b>	<b>142 363</b>	<b>0,3%</b>
AB InBev eigen bieren	126 754	124 949	1,2%
Niet-biervolumes	17 994	16 421	-4,9%
Producten van derden	1 228	993	-19,1%
<b>Opbrengsten</b>	<b>14 600</b>	<b>14 250</b>	<b>5,3%</b>
<b>Brutowinst</b>	<b>9 434</b>	<b>9 057</b>	<b>4,6%</b>
Brutomarge	64,6%	63,6%	-40 bps
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>6 189</b>	<b>6 166</b>	<b>10,0%</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	42,4%	43,3%	190 bps
<b>Genormaliseerde EBIT</b>	<b>5 073</b>	<b>5 068</b>	<b>12,4%</b>
Genormaliseerde EBIT-marge	34,7%	35,6%	233 bps
Winst toe te rekenen aan houders	3 037	457	
<b>Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders</b>	<b>2 054</b>	<b>1 574</b>	
<b>Onderliggende winst toe te rekenen aan houders</b>	<b>2 450</b>	<b>2 497</b>	
Winst per aandeel (USD)	1,54	0,23	
<b>Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten) (USD)</b>	<b>1,04</b>	<b>0,80</b>	
<b>Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten) (USD)</b>	<b>1,24</b>	<b>1,26</b>	

Tabel 2. Volumes (duizend hls)

	FY17	Scope	Interne groei	FY18	Totale volume	Interne groei Volume eigen bieren
	Noord-Amerika	113 496	76	-2 846	110 726	-2,5%
Latijns-Amerika West	110 625	- 71	4 922	115 476	4,5%	5,1%
Latijns-Amerika Noord	119 374	- 232	-4 172	114 969	-3,5%	-2,1%
Latijns-Amerika Zuid	34 062	238	- 325	33 975	-1,0%	0,1%
EMEA	131 692	-46 445	1 929	87 176	2,3%	2,3%
Azië	101 986	95	2 185	104 266	2,1%	2,2%
Globale Export en Holdingmaatschappijen	1 336	- 846	- 13	478	-2,6%	-2,7%
<b>AB InBev Wereldwijd</b>	<b>612 572</b>	<b>-47 185</b>	<b>1 679</b>	<b>567 066</b>	<b>0,3%</b>	<b>0,8%</b>

	4Q17	Scope	Interne groei	4Q18	Totale volume	Interne groei Volume eigen bieren
	Noord-Amerika	26 231	-	- 116	26 114	-0,4%
Latijns-Amerika West	29 425	- 46	1 025	30 405	3,5%	3,5%
Latijns-Amerika Noord	34 881	- 56	-1 206	33 619	-3,5%	-1,8%
Latijns-Amerika Zuid	10 432	195	- 761	9 866	-7,4%	-4,9%
EMEA	26 238	-3 762	1 007	23 484	4,5%	4,3%
Azië	18 381	22	472	18 875	2,6%	3,8%
Globale Export en Holdingmaatschappijen	388	- 388	-	-	-	-
<b>AB InBev Wereldwijd</b>	<b>145 977</b>	<b>-4 034</b>	<b>420</b>	<b>142 363</b>	<b>0,3%</b>	<b>1,2%</b>

### COMMENTAAR VAN HET MANAGEMENT

2018 was opnieuw een stap vooruit in de transformationele reis van ons bedrijf. We konden het afgelopen jaar heel wat successen vieren, maar werden ook geconfronteerd met enkele uitdagingen. Dit jaar lag onze focus op een verdere organische groei van onze activiteiten en afbouw van de schuldpositie naar onze optimale kapitaalstructuur.

We zijn nu een sterker en meer gediversifieerd bedrijf en passen wat we in het verleden geleerd hebben toe binnen al onze wereldwijde activiteiten. Hoewel er nog werk aan de winkel is, hebben we het volste vertrouwen in onze strategie en onze plannen om onze activiteiten uit te breiden door waarde te creëren in elke stap van het proces en een duurzame volume- en opbrengstengroei te realiseren in 2019 en daarna.

#### Stilstaan bij onze resultaten

Onze onderneming heeft een consistente opbrengstengroei gerealiseerd met een stijging van de marge en een versnelling van de EBITDA over het jaar. De opbrengstengroei van 4,8% is het gevolg van een stijging van het volume eigen bieren met 0,8% (totale volumes gestegen met 0,3%) alsook van aanhoudende premiumisering en initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer. De opbrengsten per hl stegen met 4,7% bij een constante geografische basis, en volgens onze schatting waren meer dan 100 basispunten van deze stijging te danken aan een positieve mix in lijn met onze premiumiseringstrategie. De EBITDA steeg met 7,9% voor het volledige jaar en de marge nam met 118 basispunten toe tot 40,4% met een consistente versnelling gedurende elk kwartaal in lijn met onze verwachtingen. We hadden echter te kampen met een uitdagende macro-economische omgeving op heel wat opkomende markten, in het bijzonder Brazilië, Argentinië en Zuid-Afrika, en een ongunstige valutavolatiliteit heeft de afbouw van de schuldpositie vertraagd.

Enkele hoogtepunten van het jaar zijn:

- Gezonde stijging van het volume, de opbrengsten en het marktaandeel op belangrijke markten zoals Mexico, China, West-Europa, Colombia en bepaalde Afrikaanse landen, waaronder Nigeria. Al deze markten hebben uitstekende resultaten geboekt voor hun premiumportefeuille en

tegelijktijd hun core-portefeuille verder ontwikkeld in lijn met het kader voor de uitbreiding van de categorie.

- In de VS hebben we het beste resultaat sinds 2012 inzake de trend van het marktaandeel behaald. Dit hebben we te danken aan de evolutie van onze commerciële strategie, waarbij de focus ligt op premiumisering en innovatie.
- Aanhoudende wereldwijde groei van onze High End Company (opbrengsten +18,3%) en onze portefeuille wereldwijde merken (opbrengsten +9,0% wereldwijd en +13,1% buiten hun thuismarkten). De merken binnen onze High End Company worden verkocht aan een hogere prijs en dragen hogere marges bij aan onze algemene resultaten.
- ZX Ventures, onze groep die zich toelegt op groei en innovatie, heeft het afgelopen jaar een robuuste opbrengsten- en EBITDA-groei gerealiseerd met een sterk commercieel momentum. Onze portefeuille speciaal- en ambachtelijke bieren deed het opmerkelijk beter dan het totale bedrijf en de bredere sector met een dubbelcijferige opbrengstengroei. Onze platformen voor e-commerce en merkervaringen kenden ook een dubbelcijferige opbrengstengroei en ons online marktaandeel is nu groter dan ons marktaandeel via de traditionele kanalen. Ons ZX Ventures-platform stelt ons in staat om meer dan ooit de banden met de consument aan te halen en we gebruiken deze nabijheid van de consument om tot zinvollere interacties en oplossingen te komen.
- Budweiser was het merk dat op digitale en sociale media het vaakst aan bod kwam tijdens de 2018 FIFA World Cup Russia™, met naar schatting vijf miljard impressies op sociale media. Dit was de grootste commerciële campagne in de geschiedenis van ons bedrijf, met activeringen op meer dan 50 markten en 565 000 consumptiepunten. We zijn erin geslaagd om op heel wat nieuwe markten mensen bewust te maken van het merk, en we gebruiken dit bewustzijn om het merk in de toekomst te laten groeien. We hebben deze sponsoring bovendien maximaal benut door meer dan 40 van onze lokale merken op meer dan 40 markten te activeren.
- We hebben een rendabele groei gerealiseerd met een stijging van de EBITDA-marge met 118 basispunten tot 40,4% onder impuls van premiumisering, kostendiscipline en doorgedreven realisatie van synergieën. We hebben verdere synergieën uit de combinatie met SAB gerealiseerd (goed voor 805 miljoen USD in 2018) en zitten momenteel aan 2,9 miljard USD van ons engagement om 3,2 miljard USD te realiseren tegen eind 2019.
- We hebben onze duurzaamheidsdoelstellingen voor 2025 gelanceerd. Deze doelstellingen vertegenwoordigen onze meest ambitieuze verbintenissen op het vlak van duurzaamheid ooit en focussen op slimme landbouw, waterbeheer, circulaire verpakkingen en klimaatmaatregelen.

Onderstaande aspecten zetten een rem op ons succes:

- De volume- en opbrengstenresultaten bleven onder onze verwachtingen in Argentinië, Brazilië en Zuid-Afrika, voornamelijk ten gevolge van een zwakke macro-economische omgeving die druk op de consument zette op deze drie markten. Daarnaast werden onze resultaten in Zuid-Afrika negatief beïnvloed door voorraadtekorten, plotse belastingverhogingen en een wijziging in de segmentenmix.
- Een ongunstige valutavolatiliteit op opkomende markten had een negatief effect op onze kasstroom en zette een rem op onze plannen voor afbouw van de schuldpositie. Bijgevolg hebben we de uitbetaling van dividenden in oktober proactief met 50% verlaagd om de afbouw van de schuldpositie te versnellen in lijn met onze prioriteiten op het vlak van kapitaaltoewijzing.
- Onze kostenbasis had ten slotte te lijden onder hoge prijzen voor aluminium wereldwijd en de vrachtmarkt in de VS.

We hebben altijd al gezegd dat we nooit helemaal tevreden zijn met onze resultaten, en 2018 is geen uitzondering in dat opzicht. We zullen lessen trekken uit het voorbije jaar om te verzekeren dat we verbeteringen blijven vinden en doorvoeren om een duurzame, winstgevende langetermijngroei te realiseren.

### **Onze commerciële strategie aanpassen**

We hebben aanzienlijke vooruitgang geboekt in 2018 en heel wat intellectuele synergieën uit de combinatie met SAB gerealiseerd. Het gaat hierbij vooral om drie aan elkaar gekoppelde strategische kaders: het model voor de maturiteit van de markt, het kader voor de uitbreiding van de categorie en groeikampioenen.

Ons model voor de maturiteit van de markt stelt ons in staat om markten in te delen in clusters volgens hun maturiteitsniveau. Hierdoor kunnen we onze portefeuille zodanig ontwikkelen dat we inspelen op de noden van diverse markten over de hele wereld naarmate ze aan maturiteit winnen en evolueren.

Ons kader voor de uitbreiding van de categorie helpt ons om opportuniteiten voor groei te identificeren. Dankzij dit kader kunnen we inspelen op de voorkeuren van de consument voor bepaalde gelegenheden, beste praktijken delen en op een nieuwe manier naar de categorie kijken waarbij we aandacht hebben voor de verschillen in maturiteit tussen onze markten en de rol van merkenportefeuilles op elk van onze markten.

Onze groeikampioenenmethode wordt dan weer gebruikt om te bepalen wanneer we onze portefeuilles en commerciële praktijken op de meest efficiënte en succesvolle manier kunnen uitbreiden. Dit proces is gebaseerd op een van onze meest succesvolle systemen: efficiëntiekampioenen. Dit stelt ons in staat om onze strategie af te toetsen met het doel nieuwe verbeteringen te identificeren, deze verbeteringen bewust aan te pakken en de efficiëntiewinst van onze aanpak op te volgen.

We zijn ervan overtuigd dat we dankzij deze instrumenten goed gepositioneerd zijn om opportuniteiten te identificeren en op de noden van de consument in te spelen. We gebruiken ze om het beste bier aan te bieden aan prijzen die variëren van betaalbaar tot premium en om continu te innoveren met het beste arsenaal aan nieuwe producten en aanbiedingen.

### **De groei van de wereldwijde biercategorie aansturen**

Als 's werelds grootste brouwer voelen we ons verantwoordelijk om wereldwijd vorm te geven aan de toekomst, de gezondheid en de duurzame groei van de biercategorie. Onze categorie is de afgelopen 10 jaar gegroeid op het vlak van volume (+1,0%) en waarde (+3,7%). Daarnaast hebben we als bedrijf de afgelopen 5 jaar een stijging van ons geschat marktaandeel gekend op de totale biermarkt (+60 basispunten) alsook op de totale alcoholmarkt (+10 basispunten).

*Premiumisering:* We zien een aanzienlijke opportuniteit voor premiumisering wereldwijd en wij hebben de beste portefeuille om deze trend te sturen. Vergeleken met wijn en sterke drank zit bier wereldwijd nog maar in de beginfase van premiumisering, wat ons de mogelijkheid biedt om een billijk aandeel in de wacht te slepen. Corona heeft bijvoorbeeld slechts in drie landen, waar wij de eigenaar van het merk zijn, een marktaandeel van 3% of hoger. Het merk kent momenteel een wereldwijde groei met dubbele cijfers, maar we geloven dat Corona nog veel meer in haar mars heeft en zien een opportuniteit voor verdere groei. We verwachten dat het premiumsegment de komende jaren ongeveer vijf keer zo snel gaat groeien als het segment Core-merken en het segment goedkope merken. Onze High End Company is goed gepositioneerd om op deze trend in te spelen en een sterke groei en winstgevendheid te realiseren.

*Het Core-segment differentiëren & uitbreiden:* Onze portefeuille Core-merken focust op een verfijning van de merkposities om een betekenisvolle emotionele en functionele differentiatie tot stand te brengen door naast de natuurlijke ingrediënten en eenvoud van bier ook de authenticiteit van onze merken te vieren.

*Opkomende markten en betaalbaarheid:* We zien ook een duidelijke opportuniteit voor volumegroei op de opkomende markten, waar de consumptie per hoofd aanzienlijk lager is dan op ontwikkelde markten. We zijn ervan overtuigd dat we uniek gepositioneerd zijn om die groei aan te sturen gezien onze gevarieerde portefeuille van merken die tegen verschillende prijzen en voor verschillende gelegenheden aan de consument aangeboden worden.

De uitbreiding van de categorie wordt bevorderd op onze markten met een lage of gemiddelde maturiteit aan de hand van betaalbaarheidsinitiatieven, aangezien het van cruciaal belang is dat we een gamma aan betaalbare opties kunnen aanbieden om onze consumenten tegen een toegankelijke prijs te engageren. Twee belangrijke voorbeelden hiervan zijn Nossa en Magnifica. Deze bieren werden in 2018 in Brazilië gelanceerd en worden gebrouwen met lokale cassava. Dankzij een aanzienlijk lagere verkoopprijs hebben deze bieren een gelijkaardige verkoopmarge als onze Core-merken. Dit betaalbaarheidsinitiatief was een beste praktijk op sommige van onze Afrikaanse markten en toont aan hoe we over verschillende markten heen intellectuele synergieën benutten.

*Verbetering van de portefeuille:* Door onze merkenportefeuille op elke markt in kaart te brengen, identificeren we ten slotte opportuniteiten om bestaande merken op nieuwe markten te introduceren. Voorbeelden hiervan zijn de lancering van het Argentijnse bier Patagonia in bepaalde regio's in de VS, het Australische Pure Blonde by Jupiler in België en het Amerikaanse Michelob Ultra in het VK.

### **Onze wereldwijde merken benutten**

Onze wereldwijde merken bleven het heel goed doen en stonden in voor meer dan een derde van de totale stijging van onze netto-opbrengsten. Over het volledige jaar kenden onze wereldwijde merken een opbrengstenstijging met 9,0% en met 13,1% buiten hun thuismarkten.

De opbrengsten van Budweiser stegen met 5,3% wereldwijd en met 10,0% buiten de VS onder impuls van enerzijds de aanhoudende uitbreiding naar nieuwe geografische gebieden en anderzijds onze activering tijdens de 2018 FIFA World Cup Russia™, die onze grootste en meest succesvolle campagne ooit was. Stella Artois kende opnieuw een sterke, gebalanceerde groei met 5,2% wereldwijd ten gevolge van een hogere penetratie voor wat betreft maaltijdgelegenheden. Corona neemt het voortouw als het beste premiummerk van de drie met een dubbelcijferige groei voor het vierde jaar op rij en een stijging van de opbrengsten met 17,6% wereldwijd en met 28,5% buiten Mexico.

We geloven dat we door het aanbieden van een aangepaste merkenportefeuille om de leider te zijn in het premiumsegment meer consumenten kunnen bereiken op verschillende gelegenheden. Onze complementaire wereldwijde merken geven de consument de mogelijkheid om op basis van de gelegenheid, het smaakprofiel en de prijs een bepaald premiummerk te kiezen.

### **Innoveren om onze passie voor bier te delen**

Als consumentgericht bedrijf zijn we altijd heel sterk op zoek naar nieuwe producten en opportuniteiten om onze consumenten over de hele wereld te prikkelen. We hebben een robuuste innovatiepijplijn, inclusief de lancering van Corona Ligera in Australië, Stella Artois Gluten Free in het VK en Michelob Ultra Pure Gold (biologisch lightbier) in de VS.

Onze portefeuille aan alcoholarme en alcoholvrije dranken (NABLAB) blijft zorgen voor nieuwe opportuniteiten op veel van onze markten door in te spelen op de groeiende trend naar matiging en gezondheid en welzijn onder de consumenten. Aangezien deze trends steeds belangrijker worden voor consumenten wereldwijd, engageren we ons om hier het voortouw nemen op het vlak van innovatie. Hieronder valt de succesvolle lancering van Castle Free in Zuid-Afrika, Carlton Zero in Australië, Aguila Cero in Colombia en meest recentelijk Leffe Blonde 0.0% in België.

### **Technologie inzetten om een betere band met de consument te smeden**

Onze focus op technologie en innovatie gaat verder dan wat de consument elke dag ziet. ZX Ventures blijft nieuwe manieren vinden om op consumententrends in te spelen via e-commerce, ambachtelijke bieren en merkervaringen, en is momenteel goed voor ruim 10% van onze totale groei.

Beer Garage, onze thuisbasis voor innovatie, opkomende technologie en bedrijfstechologie, maakt gebruik van technologie op bedrijfsniveau om onze toeleveringsketen aan te passen en ons dichterbij de klant te brengen met initiatieven zoals het gebruik van Point of Sale (PoS) technologie om inzichten van consumenten over de hele wereld te verzamelen. Ons Global Innovation and Technology Center (GITeC) houdt zich vooral bezig met de verbetering van onze brouwprocessen en de ontwikkeling van producten en verpakkingen. Een voorbeeld is Canvas, een duurzame plantaardige gerst drank die gemaakt wordt met de graanresten van ons brouwproces.

### **Ons organiseren voor toekomstige groei**

In juli hebben we twee nieuwe senior leidinggevende functies gecreëerd om binnen onze huidige activiteiten opportuniteiten voor organische groei te benutten. Onze Chief Non-Alcohol Beverages Officer focust op het versnellen van de groei van onze huidige niet-alcoholische activiteiten, die momenteel goed zijn voor meer dan 10% van ons volume. Onze Chief Owned-Retail Officer zal onze bestaande eigen retailactiviteiten beheren en verder ontwikkelen door marktoverschrijdende initiatieven te coördineren en beste praktijken te delen.

In lijn met ons streven om de markt- en consumententrends voor te blijven hebben we Marketing en ZX Ventures samengebracht onder een gemeenschappelijke wereldwijde verantwoordelijke, met name onze Chief Marketing Officer. Deze wijziging zal ons in staat stellen om de innovatieve aanpak van ZX Ventures op grotere schaal over te nemen binnen ons bedrijf.

### **Bijdragen aan een duurzame toekomst**

In maart 2018 hebben we onze ambitieuze duurzaamheidsdoelstellingen voor 2025 gelanceerd, die ons zullen helpen om fantastische bieren te brouwen voor de komende 100 jaar en daarna. We zijn al aan de omschakeling begonnen - elke in de VS verkochte Budweiser wordt nu gebrouwen met 100% hernieuwbare aangekochte elektriciteit, en het is de bedoeling om dit ook op andere markten over de hele wereld uit te rollen. 2018 is ook het jaar van de lancering van onze 100+ Accelerator, die de knapste koppen ter wereld mobiliseert om bepaalde van de meest urgente wereldwijde uitdagingen op het vlak van duurzaamheid op te lossen.

### **Een cultuur van verstandig consumeren koesteren**

We engageren ons voor verstandige consumptiekeuzes en verkeersveiligheid. Onze programma's omvatten zes pilootprojecten in steden om innovatieve gefundeerde programma's te ontwikkelen om het schadelijk alcoholgebruik te verminderen en een wereldwijde interne competitie om oproepen om verstandig te consumeren te helpen promoten via commerciële communicaties die maatschappelijke normen uitdragen. In lijn met ons engagement om het aandeel van NABLAB-producten in onze wereldwijde biervolumes tot 20% te verhogen tegen 2025, blijven we onze portefeuille uitbreiden met kwalitatief sterke producten. In 2018 hebben we onze NABLAB-portefeuille uitgebreid naar 76 producten door 12 nieuwe en succesvolle producten toe te voegen. We realiseren ongeveer 8% van ons wereldwijde biervolume in dit segment. We hebben onze aanhoudende inspanningen op het vlak van verkeersveiligheid ook voortgezet met onze Together for Safer Roads-coalitie en een nieuw partnerschap met het United Nations Institute for Training and Research (UNITAR) om de verkeersveiligheid over de hele wereld te helpen verbeteren.

### **Onze schulddispositie afbouwen naar onze optimale kapitaalstructuur**

Ongeveer twee jaar geleden hebben we een transformerende combinatie met SAB afgerond. We zijn ervan overtuigd dat het volledige bedrijf groter en sterker is dan de som van zijn delen, en we blijven gedisciplineerd en gefocust op de afbouw van onze schulddispositie naar onze optimale kapitaalstructuur,



waarvan de verhouding tussen nettoschuld en EBITDA rond 2x is. We verwachten dat de verhouding tussen nettoschuld en EBITDA lager dan 4x zal zijn einde 2020.

Onze schuldenportefeuille en liquiditeitspositie garanderen operationele en financiële flexibiliteit van ons bedrijf. We hebben aanzienlijke schulden die op korte termijn zouden vervallen aangepakt om herfinancieringsnoden te elimineren en zullen onze schuldenportefeuille proactief blijven beheren. Onze schuldenportefeuille omvat een diverse valutamix die toegang verschaft tot liquide schuldenmarkten, en 94% van de portefeuille heeft een vaste rentevoet. Daarnaast overstijgen onze 16 miljard USD aan liquide middelen ruimschoots de bedragen die we in eender welk jaar moeten besteden aan de terugbetaling van schulden.

Binnen het kader van de valutavolatiliteit dit jaar en in lijn met onze prioriteiten op het vlak van kapitaaltoewijzing hebben we in oktober de uitbetaling van dividenden proactief verlaagd met 50% om de afbouw van de schuldpositie te versnellen. Op die manier blijven we prioriteit geven aan investeringen in opportuniteiten voor organische groei en brengen we een grotere financiële flexibiliteit tot stand.

### Samen resultaten behalen

We willen jullie, onze aandeelhouders, hartelijk bedanken voor jullie niet aflatende steun. Onze focus blijft in elk geval liggen op het realiseren van solide organische groei en het afbouwen van onze schuldpositie naar onze optimale kapitaalstructuur. We zijn een bedrijf van eigenaars ("owners") die zichzelf als persoonlijk verantwoordelijk voor de resultaten beschouwen en we zijn nooit helemaal tevreden met onze resultaten. Dat was ook het geval in 2018.

We starten boekjaar 2019 vanuit de sterke overtuiging dat onze commerciële strategie, robuuste merkenportefeuille, diverse geografische voetafdruk, ongeëvenaarde efficiëntie en ons sterk arsenaal van geëngageerde en getalenteerde medewerkers ons in staat stellen om deze doelstellingen nu en in de toekomst waar te maken.

### 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 groter 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 2 391 miljoen USD tussen 1 april 2016 en 31 december 2018 gerealiseerd. Het saldo van ongeveer 250 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 de periodoetorekeningskosten en de aanpassingen omwille van de invoering van 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:** 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 onze nettoschuld en onze EBITDA tegen eind 2020 lager dan 4x zal zijn.
- (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 zijn onze opbrengsten met 0,7% gedaald in FY18 en met 1,3% toegenomen in 4Q18. De opbrengsten per hl stegen met 1,9% in FY18 en met 1,4% in 4Q18 onder impuls van initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer en aanhoudende premiumisering van onze portefeuille. We schatten dat de leveringen aan kleinhandelaars (VAK) in de sector met 1,8% gedaald zijn in FY18 en met 2,4% in 4Q18. In FY18 kende onze eigen VAK een daling met 2,7% en namen onze leveringen aan groothandelaars (VAG) met 2,6% af aangezien de VAG en de VAK zoals verwacht op hetzelfde niveau kwamen. In 4Q18 daalde de VAK met 2,8% en de VAG met 0,1%.

Onze opbrengstenresultaten werden ondersteund door het aanhoudende succes van onze commerciële initiatieven, die het beste resultaat inzake de jaarlijkse trend van ons marktaandeel sinds 2012 tot gevolg hadden met een geschatte daling van het totale marktaandeel met 40 basispunten in FY18 en een geschatte daling met 20 basispunten in 4Q18, ons beste resultaat inzake de trimestriële trend van ons marktaandeel in 24 kwartalen.

Onze portefeuille Above Core-merken blijft het beter doen dan de sector en versterkte zijn marktaandeelgroei tot 90 basispunten in FY18 vergeleken met 50 basispunten in FY17 onder impuls van Michelob Ultra, onze portefeuille regionale ambachtelijke bieren, Bon & Viv Spiked Seltzer (recent van naam veranderd) en onze innovaties in het segment. Michelob Ultra versnelde zijn groei dit kwartaal en verstevigde zijn positie als de snelste stijger in de VS op het vlak van marktaandeel gedurende de afgelopen 4 jaar. Onze innovatiepijplijn voor 2018 was goed voor 50% van de innovatievolumes binnen de volledige sector tegenover 10% vorig jaar en omvatte Michelob Ultra Pure Gold, Bud Light Orange en de Budweiser Reserve-serie. Deze innovaties kenden een sterk jaar en blijven marktaandeel veroveren, waardoor ze de premiumisering van onze portefeuille versterken.

Binnen hun segmenten presteren Budweiser en Budweiser Light beter dan de trends van vorig jaar. De segmenten Core en Core Light blijven niettemin onder druk staan aangezien de consumenten overstappen

op hogere prijsniveaus binnen de sector. Mede hierdoor hebben Budweiser en Bud Light naar schatting in totaal respectievelijk 35 en 80 basispunten marktaandeel verloren in FY18 en respectievelijk 30 en 70 basispunten in 4Q18.

Onze advertentiecampagnes tijdens de Super Bowl waren in lijn met onze strategie om de biercategorie te versterken. We hebben de consument bewuster gemaakt van onze premiummerken en innovaties, waaronder Stella Artois, Bon & Viv Spiked Seltzer, Michelob Ultra en Michelob Ultra Pure Gold. Budweiser domineerde het debat over duurzaamheid en hernieuwbare energie, en Bud Light benadrukte het belang dat het merk aan kwaliteit en transparantie voor de consument hecht na de aankondiging in januari dat Bud Light het eerste merk in de VS zal zijn met een etiket op de verpakking dat uitgebreide informatie over het serveren en de ingrediënten bevat.

Onze EBITDA daalde met 2,3% in FY18 en de marge kromp met 65 basispunten tot 40,3% doordat een verbeterd opbrengstenresultaat meer dan tenietgedaan werd door hogere grondstofprijzen en hogere distributiekosten gekoppeld aan een krappere vrachtmarkt in de VS. In 4Q18 steeg onze EBITDA met 6,2% en nam de marge met 191 basispunten toe tot 41,4% ten gevolge van opbrengstengroei en lagere VAA-kosten gekoppeld aan de timing van de voorzieningen voor variabele compensatie en lagere druk op de kostprijs van het vrachtvervoer vergeleken met een stijging vorig jaar.

### **Mexico**

Mexico was dit jaar onze best presterende markt op het vlak van volume en opbrengsten. We hebben in elke regio voor elk merk een volumestijging geboekt en bijgevolg 60 basispunten marktaandeel gewonnen. In FY18 groeiden de opbrengsten met lage dubbele cijfers, kenden de opbrengsten per hl een gemiddelde eencijferige stijging in lijn met de inflatie en was er een hoge eencijferige toename van de volumes. In 4Q18 stegen de opbrengsten met lage dubbele cijfers terwijl de opbrengsten per hl en de volumes een gemiddelde eencijferige groei kenden.

We hebben het hele jaar gefocust op de ontwikkeling van onze portefeuille in lijn met het kader voor de uitbreiding van de categorie om onze merken duidelijk te differentiëren. Dankzij deze strategie hebben al onze merken in het land recordprestaties geleverd. Onze core-merken zetten de toon voor groei met verschillende regionale benaderingen, waardoor Corona een versnelde groei kon realiseren in Noord-Mexico en Victoria het beste resultaat ooit behaalde in Centraal-Mexico. Onze premiumportefeuille leverde eveneens een aanzienlijke bijdrage aan de opbrengstengroei, voornamelijk onder impuls van Michelob Ultra en Stella Artois, die een dubbelcijferige groei kenden.

De sterke opbrengstenresultaten, de capaciteitsverbeteringen en de aanhoudende kostendiscipline droegen bij tot de groei van de EBITDA met 19,2% en de stijging van de marge met 304 basispunten in FY18. In 4Q18 steeg de EBITDA met 24,2% en kende de marge een groei met 566 basispunten.

### **Colombia**

Onze opbrengsten in Colombia stegen met 8,4% in FY18 dankzij een stijging van de opbrengsten per hl met 5,0% en een totale volumegroei van 3,2%. De biercategorie blijft groeien aangezien we naar schatting 150 basispunten marktaandeel op de totale alcoholmarkt veroverd hebben in het jaar, met als gevolg een groei van het biervolume met 3,6% in FY18 en met 3,2% in 4Q18. Het volume niet-bieren steeg met 0,2% in FY18 en met 0,3% in 4Q18.

We blijven premiumisering aansturen binnen de categorie via onze portefeuille wereldwijde merken, die dit jaar met meer dan 75% groeide onder impuls van een sterk resultaat van Budweiser. Onze portefeuille lokale merken deed het ook goed, in het bijzonder dankzij de nationale ontplooiing van Aguila, waarbij de focus lag op het promoten van de nationale identiteit.

De EBITDA steeg met 17,3% in FY18 en de marge groeide met 418 basispunten onder impuls van opbrengstengroei en de verdere realisatie van synergieën. In 4Q18 groeide de EBITDA met 13,3% en kende de marge een stijging met 201 basispunten.

### **Brazilië**

Onze activiteiten in Brazilië noteerden in FY18 een opbrengstengroei van 1,7% en een stijging van de opbrengsten per hl met 6,4%. De volumes namen met 4,4% af, waarbij het biervolume met 3,1% daalde en het volume niet-bieren een daling van 8,7% kende. We schatten dat we 40 basispunten marktaandeel verloren hebben in FY18 nadat we ongeveer 60 basispunten marktaandeel gewonnen hadden in FY17. In 4Q18 daalden onze opbrengsten met 0,7%, met een stijging van de opbrengsten per hl met 3,3% en een daling van de volumes met 4,0%. De biervolumes daalden met 2,1%, waarmee we volgens onze schattingen beter scoorden dan de sector, en het volume niet-bieren kende een daling met 9,8%.

We hebben marktaandeel gewonnen in het premiumsegment onder impuls van onze portefeuille wereldwijde merken, die een groei van meer dan 30% kende. Budweiser groeide met meer dan 25%, Stella Artois kende een stijging van meer dan 40% en Corona zette de toon als een van de snelst groeiende merken in het land met een groei van meer dan 75% dit jaar. Onze Core Plus-portefeuille noteerde eveneens een sterke dubbelcijferige groei, met heel goede resultaten voor Bohemia, Brahma Extra en Skol Hops.

We zijn opmerkelijk minder aanwezig in het segment goedkope merken met een marktaandeel van ongeveer 20% terwijl dit segment nu 23% van de sector vertegenwoordigt. Om marktaandeel in het segment goedkope merken te veroveren zonder onze rendabiliteit in gevaar te brengen, doen we daarom een beroep op beste praktijken uit andere markten om in bepaalde regio's betaalbaarheidsinitiatieven aan te sturen. We hebben dit jaar met succes twee merken gelanceerd die gebrouwen worden met door lokale landbouwers geteelde cassava. Deze merken bieden de consument een toegankelijk prijspunt en hebben tegelijk vergelijkbare marges als onze portefeuille core-merken. Nossa werd in het derde kwartaal in Pernambuco gelanceerd en het merk heeft volgens onze schattingen tegen het eind van het jaar 5 procentpunten marktaandeel veroverd in de staat. Op basis van onze ervaringen van dit vroege succes hebben we in december Magnífica gelanceerd in de staat Maranhão, en we blijven bijkomende opportuniteiten onderzoeken om dit initiatief op grotere schaal toe te passen in de relevante staten voor dit segment.

In FY18 steeg de EBITDA met 4,0% en kende de marge een stijging met 100 basispunten tot 43,9% onder impuls van initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer en een aanhoudende kostendiscipline. In 4Q18 daalde de EBITDA met 7,6% en kromp de marge met 356 basispunten tot 48,1% ten gevolge van de fasering van de kosten van de verkoop binnen onze niet-bieractiviteiten, dewelke gedeeltelijk tenietgedaan werd door de fasering van VAA.

Onze resultaten in Brazilië bleven dit jaar onder onze verwachtingen wegens een uitdagende consumentenomgeving. We engageren ons om onze resultaten op de markt te verbeteren en zijn ervan overtuigd dat we de juiste strategie volgen om een opbrengstengroei te realiseren met een groter evenwicht tussen volume en opbrengsten per hl. Onze strategie wordt ondersteund door de juiste merkenportefeuille, distributiecapaciteiten, commerciële investeringen en mensen om duurzame, rendabele groei te realiseren in 2019 en daarna.

### **Zuid-Afrika**

Het macro-economische klimaat en de consumentenomgeving in Zuid-Afrika waren erg uitdagend dit jaar. De btw-stijging die op 1 april inging, de talrijke verhogingen van de benzineprijs en de stijgende werkloosheid bleven een negatieve impact hebben op het beschikbare consumenteninkomen. Dit heeft onevenredig veel druk gezet op het Core-segment, waar onze portefeuille opmerkelijk sterker aanwezig is.

Onze opbrengsten in FY18 waren min of meer stabiel aangezien een gemiddelde eencijferige stijging van de opbrengsten per hl tenietgedaan werd door een gemiddelde eencijferige daling van de volumes. In 4Q18 boekten we een lage eencijferige opbrengstengroei bij min of meer stabiele volumes.

Onze premiumportefeuille blijft een driecijferige groei noteren, en we hebben dit jaar 10 procentpunten marktaandeel veroverd in het groeiende segment van de luxebieren. In het Core-segment, dat nog altijd goed is voor het merendeel van onze volumes en een negatief effect ondervond van een uitdagende macro-economische omgeving, blijft ons marktaandeel grotendeels stabiel, en tegen het einde van het jaar noteerden we een verbetering van de volumeprestaties.

De EBITDA kende dit jaar een lage eencijferige daling en de marge kromp met iets meer dan 100 basispunten, voornamelijk ten gevolge van een hoge KVG. In 4Q18 kende onze EBITDA een lage eencijferige daling en kromp de marge met meer dan 300 basispunten.

### China

De opbrengsten stegen met 8,3% in FY18, en de premiumisering zorgde voor een toename van de opbrengsten per hl met 5,6% en een volumegroei van 2,5%. In 4Q18 stegen de opbrengsten met 17,1% onder impuls van een sterke groei van de opbrengsten per hl met 10,2% en een volumegroei van 6,3%, die deels het gevolg was van de vroegere timing van het Chinese Nieuwjaar.

Onze sterke opbrengstenresultaten hebben ervoor gezorgd dat ons marktaandeel zoals geschat met 75 basispunten toegenomen is. Onze superpremiummerken bleven aanzienlijk groeien onder impuls van de sterke algemene prestaties van onze e-commerce-activiteiten. In FY18 kende Budweiser een gemiddelde eencijferige groei dankzij inspanningen op het vlak van premiumisering die verder gingen dan het muzikale platform en activeringen op het vlak van mode en lifestyle in het algemeen betroffen.

De EBITDA steeg met 20,9% in FY18 en de marge kende een stijging met 338 basispunten in het kader van opbrengstengroei ten gevolge van aanhoudende premiumisering en kostendiscipline. In 4Q18 kende de EBITDA jaar op jaar opnieuw een gezonde groei.

### Hoogtepunten van onze andere markten

In **Canada** kenden de opbrengsten zowel in FY18 als in 4Q18 een lage eencijferige daling die vooral te wijten was aan een zwakkere bierindustrie en onze marktaandeelprestaties in het segment goedkope merken, welke gedeeltelijk gecompenseerd werden door het aanhoudende succes van onze strategie om producten duurder te verkopen. Onze High End Company in Canada groeit sneller dan de sector aangezien Corona en Stella Artois marktaandeel blijven veroveren en onze portefeuille lokale ambachtelijke bieren een dubbelcijferige groei kende. Onze belangrijkste Core-merken en Core Plus-merken zetten eveneens opnieuw solide resultaten neer: Michelob Ultra was het snelst groeiende merk in Canada, en Bud Light noteerde voor het 23ste jaar op rij een marktaandeelstijging.

In **Peru** stegen onze opbrengsten met 7,0% in FY18 ondanks een uitdagende macro-economische omgeving die aanleiding gaf tot een volumedaling van 1,7%. De opbrengstengroei was te danken aan initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer en een positieve merkenmix ten gevolge van de groei van onze wereldwijde merken. In **Ecuador** stegen de opbrengsten met 8,7% en de volumes met 4,9%, en hebben we naar schatting 75 basispunten marktaandeel veroverd op de totale alcoholmarkt in FY18. Dit was het resultaat van succesvolle initiatieven binnen de volledige portefeuille, met als belangrijkste elementen Pilsener en Club Premium en de aanhoudende groei van onze wereldwijde merken.

In Latijns-Amerika Zuid noteerden de volumes in **Argentinië** een lage eencijferige volumedaling in FY18 die vooral te wijten was aan de lagere consumptie ten gevolge van de uitdagende macro-economische

omstandigheden. Ondanks de zware werkomgeving hebben we een aantal bemoedigende trends in de sector en in onze portefeuille gezien. De biercategorie blijft marktaandeel veroveren op andere alcoholische dranken en kende dit jaar een stijging van het marktaandeel met 3 procentpunten. Onze premiummerken doen het goed en veroveren marktaandeel in een groeiend segment van de sector onder impuls van Patagonia en Corona, en we blijven Budweiser verder uitrollen sinds we de rechten op het merk in 2Q18 opnieuw verworven hebben. Daarnaast hebben we onze twee grootste merken in het land, Quilmes Clásica en Brahma, geherpositioneerd, met betere resultaten van onze portefeuille Core-merken tot gevolg. In overeenstemming met de regels van de IFRS moeten we sinds 1 januari 2018 in Argentinië boekhoudkundige correcties toepassen voor de hyperinflatie. Meer informatie hieromtrent vindt u op pagina 20.

Binnen EMEA kenden we zowel in FY18 als in 4Q18 in **Europa** een lage eencijferige opbrengstenstijging onder impuls van premiumisering en volumegroei. Het VK en Spanje zetten de toon met dubbelcijferige opbrengstengroei op basis van hogere volumes, en we hebben in de hele regio marktaandeel veroverd. In **Afrika** (zonder Zuid-Afrika) noteerden we in FY18 een aanzienlijke stijging van het volume eigen bieren in Zambia (meer dan 20%) en Mozambique (bijna 20%), waar we in het laatste kwartaal van het jaar ons beste marktaandeelresultaat tot nog toe behaald hebben. Het volume eigen bieren bleef echter min of meer stabiel in Tanzania en kende een gemiddelde eencijferige daling in Oeganda ten gevolge van capaciteitsbeperkingen en een uitdagende macro-economische omgeving. Onze groei in Nigeria versnelde in het afgelopen jaar nadat onze nieuwe brouwerij halverwege het jaar gelanceerd werd om aan de vraag te kunnen voldoen, waarbij de opbrengsten met meer dan 50% stegen in 4Q18 (meer dan 25% in FY18) onder impuls van een dubbelcijferige volumegroei en een aanhoudende toename van het marktaandeel. De EBITDA-marge nam met meer dan 2 000 basispunten toe in 4Q18 doordat de capaciteitsbeperkingen aangepakt werden en Budweiser in het premiumsegment gelanceerd werd.

In APAC **Australië** noteerden de opbrengsten een lage eencijferige groei ondanks lagere volumes ten gevolge van toegenomen promotionele activiteit bij de concurrenten en een zwakker resultaat van de sector binnen het kader van een daling in het consumentenvertrouwen. Great Northern blijft een belangrijke groeimotor, en de varianten Original en Super Crisp kenden beide opnieuw een groei met dubbele cijfers. De door ons overgenomen ambachtelijke merken blijven in sterkte toenemen en kenden een dubbelcijferige volumegroei. In 4Q18 hebben we onze NABLAB-portefeuille verder versterkt met de lancering van Carlton Zero, ons eerste alcoholvrij bier.

### GECONSOLIDEERDE RESULTATENREKENING

Tabel 3. Geconsolideerde resultatenrekening (miljoen USD)

	FY17	FY18	Interne groei
<b>Opbrengsten</b>	<b>56 444</b>	<b>54 619</b>	<b>4,8%</b>
Kostprijs verkochte goederen	-21 386	-20 359	-4,7%
<b>Brutowinst</b>	<b>35 058</b>	<b>34 259</b>	<b>4,9%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-18 099	-17 118	-0,4%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	854	680	-2,2%
<b>Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige opbrengsten/(kosten)</b>	<b>17 814</b>	<b>17 821</b>	<b>9,0%</b>
Eenmalige opbrengsten/(kosten) boven EBIT	- 662	- 715	
Netto financiële opbrengsten/ (kosten)	-5 814	-6 747	
Eenmalige netto financiële opbrengsten/ (kosten)	- 693	-1 982	
Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen	430	153	
Belastingen	-1 920	-2 839	
<b>Winst van beëindigde activiteiten</b>	<b>9 155</b>	<b>5 691</b>	
Resultaten van beëindigde activiteiten	28	-	
<b>Winst</b>	<b>9 183</b>	<b>5 691</b>	
Winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	7 996	4 368	
Winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen	1 187	1 323	
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>22 084</b>	<b>22 080</b>	<b>7,9%</b>
<b>Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten</b>	<b>7 967</b>	<b>6 793</b>	

	4Q17	4Q18	Interne groei
<b>Opbrengsten</b>	<b>14 600</b>	<b>14 250</b>	<b>5,3%</b>
Kostprijs verkochte goederen	-5 166	-5 193	-6,5%
<b>Brutowinst</b>	<b>9 434</b>	<b>9 057</b>	<b>4,6%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-4 668	-4 154	6,0%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	307	166	-32,5%
<b>Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige opbrengsten/(kosten)</b>	<b>5 073</b>	<b>5 068</b>	<b>12,4%</b>
Eenmalige opbrengsten/(kosten) boven EBIT	- 201	- 464	
Netto financiële opbrengsten/ (kosten)	-1 559	-2 144	
Eenmalige netto financiële opbrengsten/ (kosten)	- 658	- 893	
Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen	217	27	
Belastingen	568	- 754	
<b>Winst van beëindigde activiteiten</b>	<b>3 441</b>	<b>841</b>	
Resultaten van beëindigde activiteiten	-	-	
<b>Winst</b>	<b>3 441</b>	<b>841</b>	
Winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	3 037	457	
Winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen	404	384	
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>6 189</b>	<b>6 166</b>	<b>10,0%</b>
<b>Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten</b>	<b>2 054</b>	<b>1 574</b>	

### Verkoopkosten, algemene kosten en administratiekosten (VAA)

De VAA stegen met 0,4% in FY18 en groeiden veel minder sterk dan de inflatie ten gevolge van de realisatie van synergieën en aanhoudende kostendiscipline. In 4Q18 daalden de VAA met 6,0% ten gevolge van de fasering van verkoop- en marketinginvesteringen gekoppeld aan de 2018 FIFA World Cup Russia™, die vooral in de eerste helft van 2018 plaatsvonden.

### Overige bedrijfsopbrengsten

De overige bedrijfsopbrengsten daalden met 2,2% in FY18 ten gevolge van een daling van de overheidssubsidies jaar op jaar en lagere opbrengsten uit de verkoop van activiteiten. In 4Q18 daalden de overige bedrijfsopbrengsten met 32,5% door de fasering van overheidssubsidies, en dan in het bijzonder in Brazilië.

### Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen

Het aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen daalde van 430 miljoen USD in FY17 tot 153 miljoen USD in FY18 en van 217 miljoen USD in 4Q17 tot 27 miljoen USD in 4Q18. Het aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen in 2017 dat werd gerapporteerd voor Castel omvat de revisie van het gefinaliseerde resultaat van geassocieerde deelnemingen in 2016. Het aandeel in het



resultaat van geassocieerde deelnemingen dat werd gerapporteerd voor Castel werd in 2018 negatief beïnvloed door een valutadevaluatie in Angola.

### Enmalige opbrengsten en kosten boven EBIT

<b>Tabel 4. Enmalige opbrengsten/(kosten) boven EBIT (miljoen USD)</b>				
	<b>4Q17</b>	<b>4Q18</b>	<b>FY17</b>	<b>FY18</b>
Herstructurering	- 61	- 195	- 468	- 385
Verwervingskosten van bedrijfscombinaties	- 112	- 22	- 155	- 74
Verkoop van activiteiten en activa (inclusief bijzondere waardeverminderingen)	- 28	- 17	- 39	- 26
Voorziening in verband met EU onderzoek	-	- 230	-	- 230
<b>Impact op bedrijfsresultaat</b>	<b>- 201</b>	<b>- 464</b>	<b>- 662</b>	<b>- 715</b>

Het genormaliseerde bedrijfsresultaat is exclusief 715 miljoen USD aan eenmalige kosten in FY18 en 464 miljoen USD aan eenmalige kosten in 4Q18. Hierbij gaat het vooral om eenmalige kosten in verband met de integratie van SAB.

In 2016 maakte de Europese Commissie bekend dat men een onderzoek zou openen om na te gaan of we een dominante positie in België hebben misbruikt om de handel vanuit andere Europese lidstaten naar België te belemmeren aan de hand van bepaalde praktijken. We hebben een provisie van 230 miljoen USD aangelegd in verband met deze lopende procedures.

### Netto financiële opbrengsten/(kosten)

<b>Tabel 5. Netto financiële opbrengsten/ (kosten) (miljoen USD)</b>				
	<b>4Q17</b>	<b>4Q18</b>	<b>FY17</b>	<b>FY18</b>
Netto-interestkosten	- 949	- 912	-4 005	-3 785
Netto-interestkosten voor pensioenen	- 19	- 23	- 101	- 94
Periode toerekeningkosten	- 162	- 143	- 614	- 400
Aanpassing aan marktwaarde	- 396	- 900	- 291	-1 774
Overige financiële resultaten	- 33	- 166	- 803	- 693
<b>Netto financiële opbrengsten/ (kosten)</b>	<b>-1 559</b>	<b>-2 144</b>	<b>-5 814</b>	<b>-6 747</b>

De netto financiële kosten werden negatief beïnvloed door de nadelige impact van marktwaardeverliezen 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.

<b>Tabel 6. Afdekking van op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's</b>				
	<b>4Q17</b>	<b>4Q18</b>	<b>FY17</b>	<b>FY18</b>
Aandelenkoers per begin kwartaal (euro per aandeel)	101,30	75,22	100,55	93,13
Aandelenkoers per einde kwartaal (euro per aandeel)	93,13	57,70	93,13	57,70
Aantal eigen-vermogeninstrumenten per einde periode (miljoen)	46,9	46,9	46,9	46,9

### Enmalige netto financiële opbrengsten/(kosten)

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

	4Q17	4Q18	FY17	FY18
Aanpassing aan marktwaarde (Grupo Modelo instrument voor uitgestelde aandelen)	- 188	- 445	- 146	- 873
Andere aanpassing aan marktwaarde	- 182	- 432	- 142	- 849
Kosten gerelateerd aan vervroegde terugbetaling van obligaties & andere	- 288	- 16	- 405	- 260
<b>Enmalige netto financiële opbrengsten/ (kosten)</b>	<b>- 658</b>	<b>- 893</b>	<b>- 693</b>	<b>-1 982</b>

De eenmalige netto financiële kosten omvatten marktwaardeverliezen op afgeleide instrumenten aangegaan 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. Enmalige uitgestelde aandelen instrumenten

	4Q17	4Q18	FY17	FY18
Aandelenkoers per begin kwartaal (euro per aandeel)	101,30	75,22	100,55	93,13
Aandelenkoers per einde kwartaal (euro per aandeel)	93,13	57,70	93,13	57,70
Aantal uitgestelde aandelen instrumenten per einde periode (miljoen)	45,5	45,5	45,5	45,5

### Belastingen

Tabel 9. Belastingen (miljoen USD)

	4Q17	4Q18	FY17	FY18
Belastingen	- 568	754	1 920	2 839
Effectieve Aanslagvoet	-21,4%	48,1%	18,0%	33,9%
Genormaliseerde Effectieve Aanslagvoet	32,1%	32,9%	22,9%	27,8%
Genormaliseerde Effectieve Aanslagvoet exclusief aanpassing aan marktwaarde	28,8%	25,1%	22,4%	24,0%

De stijging van onze genormaliseerde EAV is vooral te wijten aan niet-afrekbare marktwaardeverliezen en wijzigingen in de fiscale wetgeving in bepaalde landen waar wij actief zijn. Wanneer geen rekening gehouden wordt met marktwaardeverliezen gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's, bedroeg onze genormaliseerde EAV 24,0% in FY18 tegenover 22,4% in FY17.

De belastingen in 4Q17 werden positief beïnvloed door een aanpassing van 1,8 miljard USD nadat de Amerikaanse belastinghervorming van kracht werd op 22 december 2017. Deze aanpassing van 1,8 miljard USD is vooral het resultaat van de herwaardering van de uitgestelde belastingverplichtingen die in 2008 in lijn met de IFRS werden opgenomen als onderdeel van de boeking van de aankoopovereenkomst van de combinatie met Anheuser-Busch na de wijziging in het federale belastingtarief van 35% naar 21%.

### Winst, genormaliseerde winst en onderliggende winst

<b>Tabel 10. Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten (miljoen USD)</b>				
	4Q17	4Q18	FY17	FY18
<b>vermogensinstrumenten</b>	<b>3 037</b>	<b>457</b>	<b>7 996</b>	<b>4 368</b>
Eenmalige opbrengsten en kosten, voor belastingen	201	464	662	715
Eenmalige financiële (opbrengsten)/kosten, voor belastingen	658	893	693	1 982
Eenmalige belastingen	-1 697	- 208	- 830	- 240
Eenmalige minderheidsbelangen	- 145	- 32	- 526	- 32
Resultaten van beëindigde bedrijfsactiviteiten	-	-	- 28	-
<b>Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten</b>	<b>2 054</b>	<b>1 574</b>	<b>7 967</b>	<b>6 793</b>
<b>Onderliggende winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten</b>	<b>2 450</b>	<b>2 497</b>	<b>8 258</b>	<b>8 644</b>

De genormaliseerde winst toerekenbaar aan de houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev is gedaald, voornamelijk wegens de negatieve impact van marktwaardeverliezen op de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's. De onderliggende winst toerekenbaar aan houders van vermogensinstrumenten van AB InBev steeg van 8 258 miljoen USD in FY17 tot 8 644 miljoen USD in FY18.

### Basis-WPA, genormaliseerde WPA en onderliggende WPA

<b>Tabel 11. Winst per aandeel (USD)</b>				
	4Q17	4Q18	FY17	FY18
<b>Basis-WPA</b>	<b>1,54</b>	<b>0,23</b>	<b>4,06</b>	<b>2,21</b>
Eenmalige opbrengsten en kosten, voor belastingen	0,10	0,24	0,34	0,36
Eenmalige financiële (opbrengsten)/kosten, voor belastingen	0,33	0,45	0,35	1,00
Eenmalige belastingen	-0,86	-0,11	-0,42	-0,12
Eenmalige minderheidsbelangen	-0,07	-0,02	-0,27	-0,02
Resultaten van beëindigde bedrijfsactiviteiten	-	-	-0,01	-
<b>Genormaliseerde WPA</b>	<b>1,04</b>	<b>0,80</b>	<b>4,04</b>	<b>3,44</b>

<b>Tabel 12. Belangrijkste drijfveren van de genormaliseerde &amp; onderliggende WPA (USD)</b>				
	4Q17	4Q18	FY17	FY18
<b>Genormaliseerde EBIT exclusief hyperinflatie</b>	<b>2,57</b>	<b>2,56</b>	<b>9,04</b>	<b>9,14</b>
Hyperinflatie impact op genormaliseerde EBIT	-	0,01	-	-0,12
<b>Genormaliseerde EBIT</b>	<b>2,57</b>	<b>2,57</b>	<b>9,04</b>	<b>9,02</b>
Aanpassing aan marktwaarde (afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's)	-0,20	-0,46	-0,15	-0,90
Netto financiële kosten	-0,59	-0,63	-2,80	-2,52
Belastingen	-0,57	-0,49	-1,40	-1,56
Geassocieerde deelnemingen & minderheidsbelangen	-0,17	-0,20	-0,65	-0,61
<b>Genormaliseerde WPA</b>	<b>1,04</b>	<b>0,80</b>	<b>4,04</b>	<b>3,44</b>
Aanpassing aan marktwaarde (afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's)	0,20	0,46	0,15	0,90
Hyperinflatie impact op WPA	-	0,01	-	0,04
<b>Onderliggende WPA</b>	<b>1,24</b>	<b>1,26</b>	<b>4,19</b>	<b>4,38</b>

### Toepassing van boekhoudkundige correcties voor de hyperinflatie in Argentinië

Na de categorisering van Argentinië als een land met 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 eerste negen maanden van 2018, de activiteiten van onze Argentijnse dochterondernemingen met de boekhoudkundige correcties voor hyperinflatie.

We presenteren de impact van de toepassing van boekhoudkundige correcties voor hyperinflatie als een onderdeel van scopes.

In 4Q18 hadden boekhoudkundige correcties voor hyperinflatie een impact van 196 miljoen USD op onze opbrengsten en van 81 miljoen USD op onze genormaliseerde EBITDA. In FY18 hadden boekhoudkundige correcties voor hyperinflatie een negatieve impact van -246 miljoen USD op onze opbrengsten en een negatieve impact van -144 miljoen USD op onze genormaliseerde EBITDA.

<b>Tabel 13. Hyperinflatie impact (miljoen USD)</b>		
<b>Opbrengsten</b>	<b>4Q18</b>	<b>FY18</b>
Indexering	152	258
Slotkoers	44	- 504
<b>Totaal</b>	<b>196</b>	<b>-246</b>
<b>EBITDA</b>	<b>4Q18</b>	<b>FY18</b>
Indexering	71	108
Slotkoers	10	- 252
<b>Totaal</b>	<b>81</b>	<b>-144</b>

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 FY18 resulteerde de overgang naar rapportage met boekhoudkundige correcties voor hyperinflatie overeenkomstig de IFRS-regels in 46 miljoen USD aan monetaire aanpassingen gerapporteerd onder financiële kosten, een negatieve impact op de winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev ten bedrage van -77 miljoen USD en een negatieve impact op de genormaliseerde WPA ten bedrage van -0,04 USD.

### Referentiebasis voor 2018

We hebben de segmentrapportage voor 2018 bijgewerkt met het oog op de bekendmaking van de resultaten met ingang van 1 januari 2019. Deze rapportage is terug te vinden op pagina 33 en 34. Deze referentiebasis voor 2018 omvat: (i) de voorstelling van de nieuwe regionale resultaten met ingang van 1 januari 2019; (ii) de impact van rapportage met boekhoudkundige correcties voor hyperinflatie op de activiteiten in Argentinië alsof we al sinds 1 januari 2018 rapporteren met boekhoudkundige correcties voor hyperinflatie; en (iii) herwerkte resultaten overeenkomstig de wijzigingen onder IFRS 16 (leaserapportage) alsof we de nieuwe norm al met ingang van 1 januari 2018 toepassen. Gelieve voor meer gedetailleerde informatie te verwijzen naar ons jaarverslag 2018.

### 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)

	4Q17	4Q18	FY17	FY18
<b>Winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten</b>	<b>3 037</b>	<b>457</b>	<b>7 996</b>	<b>4 368</b>
Minderheidsbelangen	404	384	1 187	1 323
<b>Winst</b>	<b>3 441</b>	<b>841</b>	<b>9 183</b>	<b>5 691</b>
Resultaten van beëindigde activiteiten	-	-	- 28	-
<b>Winst van beëindigde activiteiten</b>	<b>3 441</b>	<b>841</b>	<b>9 155</b>	<b>5 691</b>
Belastingen	- 568	754	1 920	2 839
Aandeel in het resultaat van geassocieerde ondernemingen	- 217	- 27	- 430	- 153
Netto financiële (opbrengsten)/ kosten	1 559	2 144	5 814	6 747
Eenmalige netto financiële (opbrengsten)/ kosten	658	893	693	1 982
Eenmalige (opbrengsten)/kosten boven EBIT (inclusief eenmalige bijzondere waardeverminderingen)	201	464	662	715
<b>Genormaliseerde EBIT</b>	<b>5 073</b>	<b>5 068</b>	<b>17 814</b>	<b>17 821</b>
Afschrijvingen en bijzondere waardeverminderingen	1 116	1 097	4 270	4 260
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>6 189</b>	<b>6 166</b>	<b>22 084</b>	<b>22 080</b>

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.

### FINANCIËLE POSITIE

Tabel 15. Geconsolideerd kasstroomoverzicht (miljoen USD)

	FY17	FY18
<b>Operationele activiteiten</b>		
Winst van de periode	9 183	5 691
Interesten, belastingen en niet-kaselementen opgenomen in de winst	12 484	15 870
<b>Bedrijfskasstroom vóór wijziging in bedrijfskapitaal en gebruik van voorzieningen</b>	<b>21 667</b>	<b>21 561</b>
Verandering in bedrijfskapitaal	219	512
Pensioenbijdragen en gebruik van voorzieningen	- 616	- 488
(Betaalde)/ontvangen interesten en belastingen	-5 982	-7 064
Ontvangen dividenden	142	141
<b>Netto kasstroom uit operationele activiteiten</b>	<b>15 430</b>	<b>14 663</b>
<b>Investeringsactiviteiten</b>		
Netto-investeringsuitgaven	-4 124	-4 649
Verwerving en verkoop van dochterondernemingen, na aftrek van verworven/afgestane liquide middelen	- 556	145
Netto ontvangsten uit de aan SABMiller transactie gerelateerde verkoop van activa	8 248	- 430
Netto ontvangsten uit de verkoop/(verwerving) van investeringen in kortetermijn schuldinstrumenten	4 337	1 296
Overige	- 51	- 327
<b>Netto kasstroom uit investeringsactiviteiten</b>	<b>7 854</b>	<b>-3 965</b>
<b>Financieringsactiviteiten</b>		
Uitgekeerde dividenden	-9 275	-7 761
Netto (terugbetalingen)/opnames van leningen	-9 981	-4 707
Overige (onder meer aankoop van minderheidsbelangen)	-1 748	-1 477
<b>Netto kasstroom uit financieringsactiviteiten</b>	<b>-21 004</b>	<b>-13 945</b>
<b>Netto toename/(afname) van de liquide middelen</b>	<b>2 280</b>	<b>-3 247</b>

Onze kasstroom uit operationele activiteiten daalde van 15,4 miljard USD in 2017 tot 14,7 miljard USD in 2018, vooral ten gevolge van hogere belastingen in 2018 versus 2017, inclusief de betaling van belastingen in verband met eerdere periodes.

De uitgaande kasstroom uit investeringsactiviteiten bedroeg 3,9 miljard USD in 2018 vergeleken met een inkomende kasstroom van 7,9 miljard USD in 2017. De kasstroom uit investeringsactiviteiten in 2017 weerspiegelt hoofdzakelijk de opbrengsten van de aangekondigde verkoop van activiteiten van SAB, die in de loop van 2017 werd afgerond, exclusief de belastingen betaald in 2017 op de verkoop van activiteiten in het voorgaande jaar, welke niet van toepassing waren in 2018.

Onze netto-investeringsuitgaven bedroegen 4,6 miljard USD in 2018 en 4,1 miljard USD in 2017. Ongeveer 48% van de totale kapitaalinvesteringen in 2018 werd gebruikt om de productiefaciliteiten van de onderneming te verbeteren, ongeveer 42% ging naar logistieke en commerciële investeringen en ongeveer 10% werd gespenseerd om de administratieve capaciteiten te verbeteren en hardware en software aan te kopen.

De uitgaande kasstroom uit financieringsactiviteiten bedroeg 13,9 miljard USD in 2018 tegenover een uitgaande kasstroom van 21,0 miljard USD in 2017. In 2017 betaalden we een openstaand bedrag van 8 miljard USD dollar terug binnen het kader van Termijnlening B. Deze termijnlening was de laatste resterende faciliteit van de 75 miljard USD aan senior faciliteiten die in oktober 2015 afgesloten werden om de combinatie met SAB te financieren.

Op 31 december 2018 bedroeg onze nettoschuld 102,5 miljard USD, een daling in vergelijking met 104,4 miljard USD op 31 december 2017.

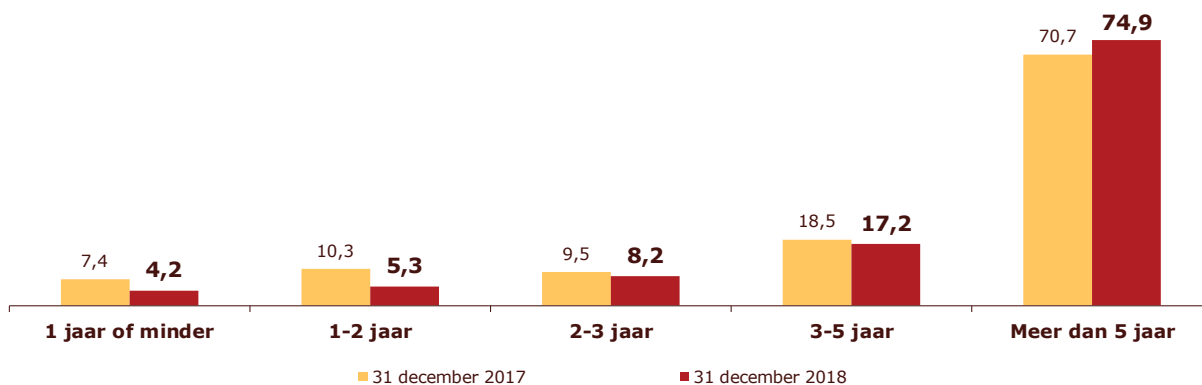
We blijven ons engageren de verhouding tussen de netto schuld en de genormaliseerde EBITDA te laten dalen tot ongeveer 2x door terugbetaling van onze schulden te prioriteren. We verwachten dat de verhouding tussen onze nettoschuld en onze EBITDA tegen eind 2020 lager dan 4x zal zijn.

De verhouding tussen de netto schuld en de genormaliseerde EBITDA daalde van 4,8x voor de periode van 12 maanden eindigend op 31 december 2017 tot 4,6x voor de periode van 12 maanden eindigend op 31 december 2018.

We zullen blijven inzetten op proactief beheer van onze schuldportefeuille, die momenteel voor 94% uit vastrentende schulden bestaat. 44% van onze schuld is momenteel uitgedrukt in andere valuta dan de US dollar, en de vervaldagen van onze schulden zijn mooi verspreid over de komende jaren.

Naast een heel comfortabele looptijd van de schulden en een sterke kasstroomgeneratie behielden we een liquiditeit van 16 miljard USD aan kasmiddelen en hernieuwbare kredietfaciliteiten, bestaande uit 9,0 miljard USD aan vastgelegde kredietfaciliteiten op lange termijn en ongeveer 7,0 miljard USD aan kasmiddelen, kasequivalenten en kortetermijninvesteringen.

**Tabel 16. Termijnen en terugbetalingsschema per 31 december 2018 (miljard USD)**



### VOORSTEL SLOTDIVIDEND

#### Tijdslijn dividend

	Ex-coupon datum	Registratie datum	Betalingsdatum
Euronext: ABI	7 mei 2019	8 mei 2019	9 mei 2019
MEXBOL: ANB	7 mei 2019	8 mei 2019	9 mei 2019
JSE: ANH	7 mei 2019 *	10 mei 2019	13 mei 2019
NYSE: BUD (ADR programma)	7 mei 2019	8 mei 2019	6 juni 2019
Beperkte aandelen	7 mei 2019	8 mei 2019	9 mei 2019

De Raad van Bestuur van AB InBev stelt een slotdividend van 1,00 EUR per aandeel voor, onder voorbehoud van goedkeuring door de aandeelhouders op de algemene aandeelhoudersvergadering van 24 april 2019. Samen met het in november 2018 uitbetaalde interimdividend van 0,80 EUR per aandeel zal het totale dividend voor boekjaar 2018 1,80 EUR per aandeel bedragen.

\* De voorgestelde timing met betrekking tot de aandelen die verhandeld worden op de Johannesburg Stock Exchange is gebaseerd op het feit dat woensdag 8 mei 2019 een Zuid-Afrikaanse feestdag is aangezien de Zuid-Afrikaanse verkiezingen op die dag plaatsvinden en is aan verandering onderhevig. Aandeelhouders die aandelen bezitten die verhandeld worden op de Johannesburg Stock Exchange zullen dienovereenkomstig in kennis worden gesteld.

### RECENTE GEBEURTENISSEN

#### Uitgifte van obligaties en terugkoopbieding

Op 23 januari 2019 hebben we via Anheuser-Busch InBev Worldwide Inc. obligaties uitgegeven voor een totaal bedrag in hoofdsom van 15,5 miljard USD (gezamenlijk de "Obligaties"). De opbrengsten van de Obligaties werden gebruikt ter financiering van de tegelijkertijd aangekondigde terugkoopbieding voor maximaal 16,5 miljard USD aan bepaalde USD obligaties met vervaldag in 2021-2026. De terugkoopbieding verviel op 7 februari 2019 en we hebben met succes een totaal bedrag in hoofdsom van 16,3 miljard USD opgehaald voor de terugkoop van de obligaties met vervaldag in 2021-2026.

Met de uitgifte van obligaties en de daarop volgende terugkoopbieding konden we de looptijd van onze schulden aanzienlijk verlengen en alle druk elimineren om op korte termijn tot herfinanciering te komen.

Uitgifte van obligaties			
Titel van de serie obligaties (tesamen de "Obligaties")	Totaal geplaatst bedrag in hoofdsom	Vervaldag	Interestvoet
Obligaties met vervaldag 2025	\$2.500.000.000	23 januari 2025	4,15%
Obligaties met vervaldag 2029	\$4.250.000.000	23 januari 2029	4,75%
Obligaties met vervaldag 2031	\$750.000.000	23 januari 2031	4,90%
Obligaties met vervaldag 2039	\$2.000.000.000	23 januari 2039	5,45%
Obligaties met vervaldag 2049	\$4.000.000.000	23 januari 2049	5,55%
Obligaties met vervaldag 2059	\$2.000.000.000	23 januari 2059	5,80%



Terugkoopbiedingen			
Titel van de Obligaties	Emittent	Hoofdsom aangeboden op de Vroege Terugkooptijd	Uitstaande hoofdsom na aankoop
<b>2021 Pool</b>			
2,650% Obligaties met vervaldag 2021	ABIFI	\$2.518.521.000	\$2.449.067.000
Obligaties met variabele rentevoet met vervaldag 2021	ABIFI	\$189.204.000	\$310.796.000
4,375% Obligaties met vervaldag 2021	ABIWW	\$214.638.000	\$285.362.000
<b>2022 Pool</b>			
3,750% Obligaties met vervaldag 2022	ABIWW	\$1.100.588.000	\$1.249.451.000
2,500% Obligaties met vervaldag 2022	ABIWW	\$1.295.953.000	\$1.704.047.000
<b>2023 Pool</b>			
2,625% Obligaties met vervaldag 2023	ABIFI	\$606.684.000	\$643.316.000
3,300% Obligaties met vervaldag 2023	ABIFI	\$2.885.926.000	\$3.114.074.000
<b>2024 Pool</b>			
Obligaties met variabele rentevoet met vervaldag 2024	ABIWW	\$270.907.000	\$229.093.000
3,500% Obligaties met vervaldag 2024	ABIWW	\$845.580.000	\$654.420.000
3,700% Obligaties met vervaldag 2024	ABIFI	\$534.827.000	\$865.173.000
<b>2026 Pool</b>			
3,650% Obligaties met vervaldag 2026	ABIWW	\$811.685.000	\$1.633.152.000
3,650% Obligaties met vervaldag 2026	ABIWW en ABC	\$5.064.022.000	\$3.491.141.000
<b>Totaal</b>		<b>\$16.338.535.000</b>	<b>\$16.629.092.000</b>

### 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. De impact van het toepassen van boekhoudkundige correcties voor hyperinflatie in Argentinië met ingang van 1 januari 2018 wordt voorgesteld als een scope.

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 speciaalbiere 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 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 4Q18 en FY18 is gebaseerd op een gewogen gemiddelde van 1 975 miljoen aandelen, vergeleken met een gewogen gemiddelde van 1 971 miljoen aandelen voor 4Q17 en FY17.

#### 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 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 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 2017. 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 vierde kwartaal van 2018 (4Q18) en het volledige jaar 2018 (FY18) zijn ontleend aan de geauditeerde geconsolideerde financiële staten van de groep op datum van en voor de periode van twaalf maanden eindigend op 31 december 2018; deze gegevens werden nagezien door onze commissarissen Deloitte Bedrijfsrevisoren CVBA volgens de internationale auditnormen zoals die toegepast worden in België en resulteerden in een verklaring zonder voorbehoud. De financiële gegevens uit tabel 6, 8, 11, 12, 13 en 15 zijn ontleend aan de onderliggende financiële staten op datum van en voor de periode van twaalf maanden eindigend op 31 december 2018 (met uitzondering van de volume-informatie).

### TELEFONISCHE CONFERENTIE EN WEBCAST

#### Persconferentie:

10u30 CET – Leuven, België

#### Telefonische conferentie en webcast voor investeerders op donderdag 28 februari 2019:

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

#### Registratiegegevens

Webcast (enkel luisteren):

[AB InBev FY18 Results Webcast](#)

Telefonische conferentie (met interactieve V&A):

<http://www.directeventreg.com/registration/event/5584269>

### CONTACTPERSONEN ANHEUSER-BUSCH INBEV

#### **Investeerders**

##### **Lauren Abbott**

Tel: +1 212 573 9287

E-mail: [lauren.abbott@ab-inbev.com](mailto:lauren.abbott@ab-inbev.com)

##### **Mariusz Jamka**

Tel: +32 16 276 888

E-mail: [mariusz.jamka@ab-inbev.com](mailto:mariusz.jamka@ab-inbev.com)

##### **Jency John**

Tel: +1 646 746 9673

E-mail: [jency.john@ab-inbev.com](mailto:jency.john@ab-inbev.com)

#### **Media**

##### **Pablo Jimenez**

Tel: +1 212 573 9289

E-mail: [pablo.jimenez@ab-inbev.com](mailto:pablo.jimenez@ab-inbev.com)

##### **Aimee Baxter**

Tel: +1 718 650 4003

E-mail: [aimee.baxter@ab-inbev.com](mailto:aimee.baxter@ab-inbev.com)

##### **Ingvild Van Lysebetten**

Tel: +32 16 276 608

E-mail: [Ingvild.vanlysebetten@ab-inbev.com](mailto: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 groeiende markten, 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).

<b>Bijlage 1</b>						
<b>AB InBev Wereldwijd</b>	<b>FY17</b>	<b>Scope</b>	<b>Wisselkoers-effect</b>	<b>Interne groei</b>	<b>FY18</b>	<b>Interne groei</b>
Volumes (duizend hls)	612 572	-47 185	-	1 679	567 066	0,3%
waarvan AB InBev eigen bieren	507 692	-10 949	-	3 819	500 561	0,8%
<b>Opbrengsten</b>	<b>56.444</b>	<b>-2.600</b>	<b>-1.816</b>	<b>2.591</b>	<b>54.619</b>	<b>4,8%</b>
Kostprijs verkochte goederen	-21 386	1 373	592	- 938	-20 359	-4,7%
<b>Brutowinst</b>	<b>35.058</b>	<b>-1.227</b>	<b>-1.224</b>	<b>1.653</b>	<b>34.259</b>	<b>4,9%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-18 099	603	443	- 65	-17 118	-0,4%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	854	- 112	- 46	- 17	680	-2,2%
Genormaliseerde EBIT	17.814	-736	-827	1.570	17.821	9,0%
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>22.084</b>	<b>-751</b>	<b>-954</b>	<b>1.702</b>	<b>22.080</b>	<b>7,9%</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	39,1%				40,4%	118 bps
<b>Noord-Amerika</b>	<b>FY17</b>	<b>Scope</b>	<b>Wisselkoers-effect</b>	<b>Interne groei</b>	<b>FY18</b>	<b>Interne groei</b>
Volumes (duizend hls)	113 496	76	-	-2 846	110 726	-2,5%
<b>Opbrengsten</b>	<b>15 588</b>	<b>19</b>	<b>13</b>	<b>- 117</b>	<b>15 504</b>	<b>-0,8%</b>
Kostprijs verkochte goederen	-5 777	26	- 6	- 30	-5 788	-0,5%
<b>Brutowinst</b>	<b>9 811</b>	<b>44</b>	<b>8</b>	<b>- 147</b>	<b>9 716</b>	<b>-1,5%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-4 361	- 75	- 5	44	-4 396	1,0%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	36	-	-	4	40	10,7%
Genormaliseerde EBIT	5 486	- 31	3	- 99	5 360	-1,8%
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>6 329</b>	<b>- 30</b>	<b>4</b>	<b>- 153</b>	<b>6 150</b>	<b>-2,4%</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	40,6%				39,7%	-68 bps
<b>Latijns-Amerika West</b>	<b>FY17</b>	<b>Scope</b>	<b>Wisselkoers-effect</b>	<b>Interne groei</b>	<b>FY18</b>	<b>Interne groei</b>
Volumes (duizend hls)	110 625	- 71	-	4 922	115 476	4,5%
<b>Opbrengsten</b>	<b>9.238</b>	<b>-9</b>	<b>-109</b>	<b>879</b>	<b>9.999</b>	<b>9,5%</b>
Kostprijs verkochte goederen	-2 555	- 3	32	- 196	-2 722	-7,7%
<b>Brutowinst</b>	<b>6.683</b>	<b>-12</b>	<b>-76</b>	<b>682</b>	<b>7.277</b>	<b>10,2%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-2 876	10	32	13	-2 821	0,5%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	89	-	- 1	- 1	87	-1,5%
Genormaliseerde EBIT	3.896	-2	-45	694	4.544	17,8%
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>4.512</b>	<b>-2</b>	<b>-52</b>	<b>738</b>	<b>5.196</b>	<b>16,4%</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	48,8%				52,0%	306 bps
<b>Latijns-Amerika Noord</b>	<b>FY17</b>	<b>Scope</b>	<b>Wisselkoers-effect</b>	<b>Interne groei</b>	<b>FY18</b>	<b>Interne groei</b>
Volumes (duizend hls)	119 374	- 232	-	-4 172	114 969	-3,5%
<b>Opbrengsten</b>	<b>9.775</b>	<b>-29</b>	<b>-1.044</b>	<b>288</b>	<b>8.990</b>	<b>3,0%</b>
Kostprijs verkochte goederen	-3 744	14	389	- 63	-3 404	-1,7%
<b>Brutowinst</b>	<b>6.031</b>	<b>-16</b>	<b>-655</b>	<b>225</b>	<b>5.585</b>	<b>3,7%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-3 060	5	318	51	-2 686	1,7%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	361	-	- 36	- 59	266	-16,3%
Genormaliseerde EBIT	3.332	-10	-373	216	3.165	6,5%
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>4.180</b>	<b>-10</b>	<b>-462</b>	<b>218</b>	<b>3.926</b>	<b>5,2%</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	42,8%				43,7%	95 bps

Latijns-Amerika Zuid	FY17	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	FY18	Interne groei
Volumes (duizend hls)	34 062	238	-	- 325	33 975	-1,0%
<b>Opbrengsten</b>	<b>3.363</b>	<b>-218</b>	<b>-990</b>	<b>709</b>	<b>2.863</b>	<b>21,3%</b>
Kostprijs verkochte goederen	-1 207	- 6	295	- 143	-1 060	-11,9%
<b>Brutowinst</b>	<b>2.156</b>	<b>-224</b>	<b>-695</b>	<b>567</b>	<b>1.803</b>	<b>26,7%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en	- 781	15	242	- 166	- 689	-21,4%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-	13	-18	- 11	18	2	138,7%
Genormaliseerde EBIT	1.388	-226	-465	419	1.116	30,8%
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>1.595</b>	<b>-163</b>	<b>-534</b>	<b>483</b>	<b>1.381</b>	<b>30,8%</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	47,4%				48,2%	369 bps

EMEA	FY17	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	FY18	Interne groei
Volumes (duizend hls)	131 692	-46 445	-	1 929	87 176	2,3%
waarvan AB InBev eigen bieren	89 369	-10 353	-	1 850	80 865	2,3%
<b>Opbrengsten</b>	<b>10.344</b>	<b>-2.453</b>	<b>163</b>	<b>319</b>	<b>8.374</b>	<b>4,1%</b>
Kostprijs verkochte goederen	-4 609	1 418	- 54	- 237	-3 482	-7,7%
<b>Brutowinst</b>	<b>5.735</b>	<b>-1.035</b>	<b>110</b>	<b>82</b>	<b>4.892</b>	<b>1,7%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en						
administratie kosten	-3 336	704	- 69	- 58	-2 760	-2,2%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-	108	- 29	-	18	98	21,1%
Genormaliseerde EBIT	2.507	-359	40	42	2.230	1,9%
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>3.349</b>	<b>-440</b>	<b>54</b>	<b>37</b>	<b>3.000</b>	<b>1,3%</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	32,4%				35,8%	-100 bps

Azië	FY17	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	FY18	Interne groei
Volumes (duizend hls)	101 986	95	-	2 185	104 266	2,1%
<b>Opbrengsten</b>	<b>7.804</b>	<b>39</b>	<b>155</b>	<b>473</b>	<b>8.470</b>	<b>6,1%</b>
Kostprijs verkochte goederen	-3 201	- 23	- 72	- 237	-3 533	-7,4%
<b>Brutowinst</b>	<b>4.603</b>	<b>16</b>	<b>83</b>	<b>235</b>	<b>4.937</b>	<b>5,1%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en	-2 735	- 20	- 57	42	-2 770	1,6%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-	168	- 1	4	- 8	163	-5,0%
Genormaliseerde EBIT	2.035	-6	30	270	2.330	13,3%
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>2.695</b>	<b>-5</b>	<b>49</b>	<b>344</b>	<b>3.082</b>	<b>12,8%</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	34,5%				36,4%	218 bps

Globale Export en Holdingmaatschappijen	FY17	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	FY18	Interne groei
Volumes (duizend hls)	1 336	- 846	-	- 13	478	-2,6%
<b>Opbrengsten</b>	<b>332</b>	<b>51</b>	<b>-5</b>	<b>41</b>	<b>419</b>	<b>12,2%</b>
Kostprijs verkochte goederen	- 292	- 52	7	- 32	- 370	-10,8%
<b>Brutowinst</b>	<b>40</b>	<b>-2</b>	<b>2</b>	<b>9</b>	<b>49</b>	<b>23,8%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en	- 950	- 36	- 18	7	- 996	0,7%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-	79	- 65	- 2	12	25	89,8%
Genormaliseerde EBIT	-830	-102	-18	28	-923	3,0%
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>-577</b>	<b>-101</b>	<b>-13</b>	<b>35</b>	<b>-656</b>	<b>5,2%</b>

<b>Bijlage 2</b>						
<b>AB InBev Wereldwijd</b>	<b>4Q17</b>	<b>Scope</b>	<b>Wisselkoers-effect</b>	<b>Interne groei</b>	<b>4Q18</b>	<b>Interne groei</b>
Volumes (duizend hls)	145 977	-4 034	-	420	142 363	0,3%
waarvan AB InBev eigen bieren	126 754	-3 307	-	1 502	124 949	1,2%
<b>Opbrengsten</b>	<b>14.600</b>	<b>81</b>	<b>-1.193</b>	<b>762</b>	<b>14.250</b>	<b>5,3%</b>
Kostprijs verkochte goederen	-5 166	- 80	382	- 329	-5 193	-6,5%
<b>Brutowinst</b>	<b>9.434</b>	<b>1</b>	<b>-811</b>	<b>433</b>	<b>9.057</b>	<b>4,6%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en	-4 668	- 70	308	276	-4 154	6,0%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-	307	- 24	- 24	- 93	166	-32,5%
Genormaliseerde EBIT	5.073	-94	-527	616	5.068	12,4%
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>6.189</b>	<b>-26</b>	<b>-607</b>	<b>610</b>	<b>6.166</b>	<b>10,0%</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	42,4%				43,3%	190 bps
<b>Noord-Amerika</b>	<b>4Q17</b>	<b>Scope</b>	<b>Wisselkoers-effect</b>	<b>Interne groei</b>	<b>4Q18</b>	<b>Interne groei</b>
Volumes (duizend hls)	26 231	-	-	- 116	26 114	-0,4%
<b>Opbrengsten</b>	<b>3.682</b>	<b>-</b>	<b>-14</b>	<b>32</b>	<b>3.700</b>	<b>0,9%</b>
Kostprijs verkochte goederen	-1 390	7	4	- 20	-1 399	-1,4%
<b>Brutowinst</b>	<b>2.292</b>	<b>7</b>	<b>-10</b>	<b>12</b>	<b>2.301</b>	<b>0,5%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en						
administratie kosten	-1 072	- 23	5	71	-1 019	6,5%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-						
kosten)	14	-	-	14	28	105,0%
Genormaliseerde EBIT	1.234	-16	-4	97	1.310	8,0%
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>1.457</b>	<b>-16</b>	<b>-5</b>	<b>74</b>	<b>1.510</b>	<b>5,1%</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	39,6%				40,8%	165 bps
<b>Latijns-Amerika West</b>	<b>4Q17</b>	<b>Scope</b>	<b>Wisselkoers-effect</b>	<b>Interne groei</b>	<b>4Q18</b>	<b>Interne groei</b>
Volumes (duizend hls)	29 425	- 46	-	1 025	30 405	3,5%
<b>Opbrengsten</b>	<b>2.578</b>	<b>-7</b>	<b>-116</b>	<b>245</b>	<b>2.699</b>	<b>9,5%</b>
Kostprijs verkochte goederen	- 677	5	32	- 13	- 653	-1,9%
<b>Brutowinst</b>	<b>1.901</b>	<b>-2</b>	<b>-85</b>	<b>232</b>	<b>2.046</b>	<b>12,2%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en						
administratie kosten	- 740	1	35	22	- 682	3,0%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-	59	-	- 1	- 40	17	-68,9%
Genormaliseerde EBIT	1.219	-2	-51	214	1.380	17,6%
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>1.377</b>	<b>-2</b>	<b>-59</b>	<b>228</b>	<b>1.544</b>	<b>16,5%</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	53,4%				57,2%	344 bps
<b>Latijns-Amerika Noord</b>	<b>4Q17</b>	<b>Scope</b>	<b>Wisselkoers-effect</b>	<b>Interne groei</b>	<b>4Q18</b>	<b>Interne groei</b>
Volumes (duizend hls)	34 881	- 56	-	-1 206	33 619	-3,5%
<b>Opbrengsten</b>	<b>3.134</b>	<b>-7</b>	<b>-431</b>	<b>-1</b>	<b>2.695</b>	<b>0,0%</b>
Kostprijs verkochte goederen	-1 008	4	161	- 180	-1 023	-17,9%
<b>Brutowinst</b>	<b>2.127</b>	<b>-3</b>	<b>-270</b>	<b>-181</b>	<b>1.672</b>	<b>-8,5%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en						
administratie kosten	- 914	1	114	150	- 648	16,5%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-	129	-	- 12	- 58	59	-44,7%
Genormaliseerde EBIT	1.341	-2	-168	-88	1.083	-6,6%
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>1.576</b>	<b>-2</b>	<b>-201</b>	<b>-88</b>	<b>1.285</b>	<b>-5,6%</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	50,3%				47,7%	-279 bps

Latijns-Amerika Zuid	4Q17	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	4Q18	Interne groei
Volumes (duizend hls)	10 432	195	-	- 761	9 866	-7,4%
<b>Opbrengsten</b>	<b>1.076</b>	<b>227</b>	<b>-472</b>	<b>230</b>	<b>1.060</b>	<b>21,7%</b>
Kostprijs verkochte goederen	- 354	- 121	121	- 5	- 359	-1,4%
<b>Brutowinst</b>	<b>722</b>	<b>106</b>	<b>-351</b>	<b>225</b>	<b>702</b>	<b>31,7%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en	- 212	- 76	104	- 32	- 216	-15,4%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-	8	-5	- 9	12	6	143,4%
Genormaliseerde EBIT	518	26	-256	204	492	40,3%
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>570</b>	<b>71</b>	<b>-283</b>	<b>217</b>	<b>574</b>	<b>38,8%</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	53,0%				54,2%	743 bps

EMEA	4Q17	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	4Q18	Interne groei
Volumes (duizend hls)	26 238	-3 762	-	1 007	23 484	4,5%
waarvan AB InBev eigen bieren	24 092	-3 084	-	912	21 920	4,3%
<b>Opbrengsten</b>	<b>2.322</b>	<b>-162</b>	<b>-83</b>	<b>106</b>	<b>2.183</b>	<b>5,0%</b>
Kostprijs verkochte goederen	- 954	53	34	- 23	- 890	-2,7%
<b>Brutowinst</b>	<b>1.369</b>	<b>-108</b>	<b>-49</b>	<b>82</b>	<b>1.294</b>	<b>6,4%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en						
administratie kosten	- 731	47	24	- 19	- 678	-2,7%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-	34	- 17	- 4	- 4	9	-17,6%
Genormaliseerde EBIT	671	-79	-28	60	624	9,7%
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>891</b>	<b>-59</b>	<b>-35</b>	<b>4</b>	<b>802</b>	<b>0,5%</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	38,4%				36,7%	-165 bps

Azië	4Q17	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	4Q18	Interne groei
Volumes (duizend hls)	18 381	22	-	472	18 875	2,6%
<b>Opbrengsten</b>	<b>1.726</b>	<b>12</b>	<b>-73</b>	<b>128</b>	<b>1.793</b>	<b>7,4%</b>
Kostprijs verkochte goederen	- 701	- 9	27	- 77	- 760	-11,0%
<b>Brutowinst</b>	<b>1.025</b>	<b>3</b>	<b>-46</b>	<b>51</b>	<b>1.033</b>	<b>5,0%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en	- 727	- 9	18	62	- 656	8,5%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-	66	-	- 1	- 28	36	-43,4%
Genormaliseerde EBIT	364	-6	-29	84	413	23,3%
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>528</b>	<b>-6</b>	<b>-33</b>	<b>127</b>	<b>616</b>	<b>24,2%</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	30,6%				34,4%	476 bps

Globale Export en Holdingmaatschappijen	4Q17	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	4Q18	Interne groei
Volumes (duizend hls)	388	- 388	-	-	-	-
<b>Opbrengsten</b>	<b>81</b>	<b>17</b>	<b>-3</b>	<b>23</b>	<b>118</b>	<b>28,3%</b>
Kostprijs verkochte goederen	- 82	- 19	3	- 11	- 110	-12,5%
<b>Brutowinst</b>	<b>-1</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>12</b>	<b>9</b>	<b>282,0%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en	- 272	- 11	7	22	- 255	7,8%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-	- 2	- 2	4	11	11	123,5%
Genormaliseerde EBIT	-275	-15	9	45	-235	15,5%
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>-210</b>	<b>-12</b>	<b>9</b>	<b>48</b>	<b>-165</b>	<b>21,4%</b>

Reference Base 2018					
AB InBev Wereldwijd	1Q 2018	2Q 2018	3Q 2018	4Q 2018	FY 2018
Volumes (duizend hls)	134 831	143 685	146 187	142 363	567 066
<b>Opbrengsten</b>	<b>13 090</b>	<b>13 764</b>	<b>13 514</b>	<b>14 250</b>	<b>54 619</b>
Kostprijs verkochte goederen	-5 004	-5 092	-5 042	-5 182	-20 320
<b>Brutowinst</b>	<b>8 086</b>	<b>8 672</b>	<b>8 472</b>	<b>9 068</b>	<b>34 299</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-4 318	-4 455	-4 254	-4 181	-17 209
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	186	211	220	197	814
Genormaliseerde EBIT	3 955	4 428	4 438	5 084	17 904
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>5 120</b>	<b>5 582</b>	<b>5 606</b>	<b>6 284</b>	<b>22 592</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	39,1%	40,6%	41,5%	44,1%	41,4%
Noord-Amerika					
	1Q 2018	2Q 2018	3Q 2018	4Q 2018	FY 2018
Volumes (duizend hls)	24 814	29 813	29 985	26 114	110 726
<b>Opbrengsten</b>	<b>3 460</b>	<b>4 181</b>	<b>4 162</b>	<b>3 700</b>	<b>15 504</b>
Kostprijs verkochte goederen	-1 298	-1 534	-1 539	-1 394	-5 765
<b>Brutowinst</b>	<b>2 161</b>	<b>2 647</b>	<b>2 623</b>	<b>2 307</b>	<b>9 738</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-1 049	-1 179	-1 161	-1 023	-4 413
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	1	1	11	28	40
Genormaliseerde EBIT	1 112	1 469	1 473	1 311	5 365
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>1 322</b>	<b>1 673</b>	<b>1 683</b>	<b>1 522</b>	<b>6 199</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	38,2%	40,0%	40,4%	41,1%	40,0%
Midden-Amerika					
	1Q 2018	2Q 2018	3Q 2018	4Q 2018	FY 2018
Volumes (duizend hls)	30 738	32 212	31 813	34 039	128 803
<b>Opbrengsten</b>	<b>2 705</b>	<b>2 892</b>	<b>2 876</b>	<b>3 141</b>	<b>11 614</b>
Kostprijs verkochte goederen	- 811	- 851	- 837	- 836	-3 336
<b>Brutowinst</b>	<b>1 894</b>	<b>2 041</b>	<b>2 038</b>	<b>2 305</b>	<b>8 278</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	- 798	- 827	- 776	- 775	-3 176
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	6	21	44	17	88
Genormaliseerde EBIT	1 102	1 235	1 306	1 546	5 189
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>1 294</b>	<b>1 448</b>	<b>1 514</b>	<b>1 777</b>	<b>6 033</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	47,8%	50,1%	52,6%	56,6%	51,9%
Zuid Amerika					
	1Q 2018	2Q 2018	3Q 2018	4Q 2018	FY 2018
Volumes (duizend hls)	34 088	30 383	31 297	39 851	135 618
<b>Opbrengsten</b>	<b>2 861</b>	<b>2 101</b>	<b>1 964</b>	<b>3 313</b>	<b>10 238</b>
Kostprijs verkochte goederen	-1 082	- 797	- 767	-1 196	-3 842
<b>Brutowinst</b>	<b>1 778</b>	<b>1 304</b>	<b>1 197</b>	<b>2 117</b>	<b>6 396</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	- 868	- 720	- 624	- 764	-2 976
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	82	74	47	65	267
Genormaliseerde EBIT	992	657	620	1 418	3 688
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>1 257</b>	<b>884</b>	<b>879</b>	<b>1 675</b>	<b>4 696</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	44,0%	42,1%	44,7%	50,6%	45,9%



EMEA	1Q 2018	2Q 2018	3Q 2018	4Q 2018	FY 2018
Volumes (duizend hls)	20 549	21 340	21 803	23 484	87 176
<b>Opbrengsten</b>	<b>1 919</b>	<b>2 176</b>	<b>2 095</b>	<b>2 183</b>	<b>8 374</b>
Kostprijs verkochte goederen	- 834	- 887	- 867	- 887	-3 475
<b>Brutowinst</b>	<b>1 085</b>	<b>1 289</b>	<b>1 228</b>	<b>1 297</b>	<b>4 898</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	- 722	- 751	- 699	- 708	-2 879
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	49	68	76	40	232
Genormaliseerde EBIT	412	606	605	629	2 251
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>660</b>	<b>847</b>	<b>833</b>	<b>846</b>	<b>3 187</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	34,4%	38,9%	39,8%	38,7%	38,1%

Azië	1Q 2018	2Q 2018	3Q 2018	4Q 2018	FY 2018
Volumes (duizend hls)	24 296	29 804	31 290	18 875	104 266
<b>Opbrengsten</b>	<b>2 040</b>	<b>2 327</b>	<b>2 310</b>	<b>1 793</b>	<b>8 470</b>
Kostprijs verkochte goederen	- 870	- 958	- 944	- 760	-3 531
<b>Brutowinst</b>	<b>1 170</b>	<b>1 369</b>	<b>1 366</b>	<b>1 034</b>	<b>4 939</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	- 622	- 741	- 750	- 656	-2 769
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	41	43	43	36	163
Genormaliseerde EBIT	589	670	659	414	2 333
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>772</b>	<b>870</b>	<b>861</b>	<b>628</b>	<b>3 131</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	37,8%	37,4%	37,3%	35,0%	37,0%

Globale Export en Holdingmaatschappijen	1Q 2018	2Q 2018	3Q 2018	4Q 2018	FY 2018
Volumes (duizend hls)	346	132	0	0	478
<b>Opbrengsten</b>	<b>106</b>	<b>87</b>	<b>107</b>	<b>118</b>	<b>419</b>
Kostprijs verkochte goederen	- 107	- 65	- 88	- 110	- 370
<b>Brutowinst</b>	<b>- 1</b>	<b>22</b>	<b>19</b>	<b>9</b>	<b>49</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	- 260	- 236	- 244	- 255	- 996
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	8	5	0	11	25
Genormaliseerde EBIT	- 253	- 209	- 225	- 235	- 922
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>- 184</b>	<b>- 141</b>	<b>- 164</b>	<b>- 165</b>	<b>- 653</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge					