

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.

Anheuser-Busch InBev publiceert resultaten voor het eerste kwartaal van 2014

HOOGTEPUNTEN

Tenzij anders aangegeven, zijn onderstaande toelichtingen gebaseerd op interne groeicijfers en verwijzen ze naar 1Q14 vergeleken met dezelfde periode vorig jaar. Zie pagina 15 voor belangrijke opmerkingen en disclaimers.

- **Opbrengstengroei:** De opbrengsten stegen met 8,9% in het kwartaal. Dit resultaat was te danken aan een groei in de totale volumes met 4,4% en een stijging van de opbrengsten per hl met eveneens 4,4% ten gevolge van onze initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer en premiumisatie. Bij een constante geografische basis stegen de opbrengsten per hl met 5,7%.
- **Volumeprestaties:** Ons volume eigen bieren kende een stijging met 4,5% onder invloed van de volumegroei in elk van onze vier belangrijkste markten, en het volume niet-bieren nam met 3,0% toe. De leveringen aan groothandelaars (VAG) in de VS stegen met 2,1% ten gevolge van de continuïteitsplannen voorafgaand aan de sociale onderhandelingen, en de leveringen aan kleinhandelaars gecorrigeerd voor het aantal verkoopdagen daalden met 2,6%.
- **Belangrijkste Merken ("Focus Brands"):** Het volume van onze Belangrijkste Merken kende een groei met 6,0% met als belangrijkste stijgers de Bud Light-familie en Michelob Ultra in de VS, Corona in Mexico, Skol, Antarctica en Brahma in Brazilië, en Budweiser en Harbin in China. Onze drie Wereldwijde Merken, Budweiser, Corona en Stella Artois, waren goed voor een gezamenlijke groei met 8,3%.
- **Kostprijs Verkochte Goederen (KVG):** De KVG steeg met 2,0% in 1Q14 maar daalde met 2,2% per hl, onder invloed van lagere grondstofprijzen en productiekosten, in het bijzonder in Noord-Amerika, Mexico en China, die gedeeltelijk teniet gedaan werden door ongunstige wisselkoerseffecten in Brazilië. Bij een constante geografische basis steeg de KVG per hl met 0,1%.
- De **EBITDA** nam met 10,8% toe tot 3 880 miljoen USD met een margeverbetering van 63 basispunten ten gevolge van een sterke opbrengstengroei en goede resultaten op het vlak van de Kostprijs Verkochte Goederen, welke gedeeltelijk teniet gedaan werden door verhogingen van de verkoop- en marketinginvesteringen.
- **Netto financiële kosten:** De netto financiële kosten (exclusief eenmalige netto financiële kosten) bedroegen 866 miljoen USD in 1Q14 vergeleken met 255 miljoen USD in 1Q13, deze stijging was vooral het gevolg van de negatieve impact van de aanpassingen aan marktwaarde verbonden met de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's, alsook negatieve wisselkoerseffecten en andere afdekkingskosten.
- **Belastingen:** In 1Q14 bedroegen de belastingen 419 miljoen USD met een genormaliseerde effectieve aanslagvoet (EAV) van 18,8% tegenover 333 miljoen USD aan belastingen in 1Q13 met een genormaliseerde EAV van 13,3%. De genormaliseerde EAV werd in 1Q13 positief beïnvloed door de niet-belastbare aard van de winst uit afgeleide instrumenten die verbonden zijn met de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's.
- **Winst:** De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev bedroeg 1 416 miljoen USD in 1Q14 vergeleken met 1 853 miljoen USD in 1Q13. Deze daling resulteerde uit moeilijk vergelijkbare cijfers van de netto financiële kosten in 1Q13..

PERSBERICHT

Brussel, 7 mei 2014 – 2 / 18



- **Winst per aandeel:** De genormaliseerde winst per aandeel (WPA) daalde van 1,16 USD in 1Q13 tot 0,87 USD in 1Q14.

Tabel 1. Geconsolideerde resultaten (miljoen USD)

		1Q13 Gerapporteerd	1Q13 Referentiebasis	1Q14	Interne groei
Volumes (duizend hls)		89 963	100 922	105 993	4,4%
	AB InBev eigen bieren	78 042	89 001	93 710	4,5%
	Niet-biervolumes	11 482	11 483	11 832	3,0%
	Producten van derden	439	438	451	3,0%
Opbrengsten		9 169	10 422	10 605	8,9%
Brutowinst		5 265	5 975	6 318	14,1%
Brutomarge		57,4%	57,3%	59,6%	270 bp
Genormaliseerde EBITDA		3 430	3 821	3 880	10,8%
Genormaliseerde EBITDA-marge		37,4%	36,7%	36,6%	63 bp
Genormaliseerde EBIT		2 751	3 048	3 127	12,9%
Genormaliseerde EBIT-marge		30,0%	29,2%	29,5%	107 bp
Winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten		2 051		1 372	
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten		1 853		1 416	
Winst per aandeel (USD)		1,28		0,84	
Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten) (USD)		1,16		0,87	

Tabel 2. Volumes (duizend hls)

	1Q13 Referentiebasis	Scope	Interne groei	1Q14	Interne groei Totale volume	Interne groei Volume eigen bieren
Noord-Amerika	28 356	85	478	28 919	1,7%	1,6%
Mexico	8 835	0	83	8 918	0,9%	0,9%
Latijns-Amerika Noord	28 573	0	2 407	30 981	8,4%	10,3%
Latijns-Amerika Zuid	9 825	0	385	10 210	3,9%	4,6%
Europa	9 227	0	-462	8 766	-5,0%	-5,3%
Azië	12 614	670	1 203	14 487	9,5%	9,5%
Globale Export en Holdingmaatschappijen	3 490	-85	307	3 712	9,0%	9,0%
AB InBev Wereldwijd	100 922	670	4 402	105 993	4,4%	4,5%

COMMENTAAR VAN HET MANAGEMENT

We blijven ons focussen op volume- en opbrengstengroei. Bijgevolg blijven we in 2014 onze investeringen in onze merken verhogen, ondersteund door een sterke uitvoering op het terrein. We zijn tevreden met de resultaten voor het eerste kwartaal, die een solide basis leggen voor de rest van het jaar.

De totale opbrengsten stegen in 1Q14 met 8,9%, waarbij zowel de totale volumes als de opbrengsten per hl met 4,4% toenamen.

Sterke volumeprestaties in elk van onze vier belangrijkste markten, ondanks de latere timing van Pasen, die de volumes in de VS, Mexico en Brazilië in 2Q14 positief zullen beïnvloeden:

- In de VS steeg de VAG met 2,1% ten gevolge van de continuïteitsplannen voorafgaand aan de sociale onderhandelingen. De VAK gecorrigeerd voor het aantal verkooptdagen daalde met 2,6% in het kwartaal, met als voornaamste oorzaken het uitdagend winterweer en de latere timing van Pasen.
- De volumes in Mexico stegen met 0,9%, met een herstel van de sector en groei voor onze Belangrijkste Merken, in het bijzonder de Corona-familie en Bud Light.

PERSBERICHT

Brussel, 7 mei 2014 – 3 / 18



- In Brazilië kenden de biervolumes een groei met 10,9% ten gevolge van gemakkelijkere vergelijkbare cijfers ten opzichte van vorig jaar, goed zomerweer en de latere timing van carnaval dit jaar. De lagere inflatie van de voedselprijzen ten opzichte van 1Q13 hielp ook de druk op het beschikbare consumenteninkomen te verlichten.
- Onze volumes in China groeiden met 9,4% ten gevolge van onze sterkste campagne voor Chinees Nieuwjaar tot nog toe.

Onze Belangrijkste en onze Wereldwijde Merken zetten uitstekende resultaten neer in het eerste kwartaal. Onze Belangrijkste Merken boekten een volumestijging met 6,0%, en onze drie Wereldwijde Merken kenden een stijging met 8,3%, waarbij Corona met 10,5% groeide, Budweiser met 7,8% en Stella Artois met 5,2%.

De geconsolideerde EBITDA groeide met 10,8% in 1Q14 tegenover dezelfde periode vorig jaar, en de EBITDA-marge kende een stijging met 63 basispunten. De toename van de verkoop- en marketinginvesteringen werd ruimschoots gecompenseerd door de sterke opbrengstengroei en goede resultaten op het gebied van de Kostprijs Verkochte Goederen.

We hebben vertrouwen in het potentieel van onze merken op lange termijn en voelen ons gesterkt door de uitstekende resultaten voor het begin van het jaar. We blijven in onze merken investeren, waarbij onze aandacht nu gaat naar de 2014 FIFA World Cup™, die in juni in Brazilië begint. Dit evenement biedt een uitstekende gelegenheid om niet enkel in Brazilië maar ook op heel wat van onze markten wereldwijd merkwaarde te ontwikkelen en hogere volumes en opbrengsten te realiseren.

Op 1 april hebben we de acquisitie van Oriental Brewery ("OB"), de leidinggevende brouwer in Zuid-Korea, afgerond. AB InBev deelt een rijk verleden met OB, en we verwelkomen het managementteam opnieuw in de AB InBev-familie. OB was er reeds voor de verkoop in 2009 sterk op vooruitgegaan; het team heeft hierop verder gebouwd en heeft van Cass het nummer 1 biermerk van Zuid-Korea gemaakt, met een duidelijke voorkeur van de consument. Cass is nu de officiële biersponsor van de 2014 FIFA World Cup™ voor Zuid-Korea.

VOORUITZICHTEN

Onze vooruitzichten voor 2014 zijn:

- Volumes:** We verwachten een verbetering van de trend van de Amerikaanse sectorvolumes ten opzichte van 2013 onder invloed van een sterkere economie, die deels teniet gedaan werd door uitdagend winterweer in 1Q14. We verwachten dat de Mexicaanse bierindustrie in FY14 opnieuw zal groeien onder impuls van een sterkere economie en onze eigen commerciële programma's. We blijven verwachten dat de groei van de volumes van de Braziliaanse biersector mede dankzij de 2014 FIFA World Cup™ zal hervatten in FY14. Dit ondanks de volume-impact ten gevolge van het doorrekenen van de recent aangekondigde stijging van de federale accijnzen. We verwachten een jaar van sterke groei van de sectorvolumes in China.
- Opbrengsten per hl:** We verwachten dat de opbrengsten per hl bij een constante geografische basis een interne groei zullen kennen die in lijn ligt met de inflatie ten gevolge van aanhoudende verbetering van de mix en initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer.
- Kostprijs Verkochte Goederen per hl:** We verwachten dat de KVG per hl bij een constante geografische basis een lage eencijferige interne groei zal kennen onder impuls van de mix en ongunstige wisselkoerseffecten (vooral BRL/USD), die deels gecompenseerd zullen worden door gunstige wereldwijde grondstofprijzen, besparingen op het vlak van aankoopactiviteiten en efficiëntiewinsten.

PERSBERICHT

Brussel, 7 mei 2014 – 4 / 18



- (iv) **Distributiekosten per hl:** We verwachten dat de distributiekosten per hl een lage eencilijferige interne stijging zullen kennen.
- (v) **Verkoop- en marketinginvesteringen:** We verwachten dat de verkoop- en marketinginvesteringen een groei van 10% tot 15% zullen kennen aangezien we onze volume- en opbrengstenprestaties blijven bevorderen door onze merken te ondersteunen. Deze stijging omvat investeringen in onze innovaties, de 2014 FIFA World Cup™ en de schaalvergroting van bewezen trade-marketingprogramma's. We verwachten dat de stijging van de verkoop- en marketinginvesteringen het sterkst zal zijn in de eerste helft van het jaar gezien de timings van de relevante activiteiten.
- (vi) **Netto financiële kosten:** We verwachten dat de gemiddelde coupon op de nettoschuld tussen 4,0% en 4,5% zal liggen. De netto-interestkosten voor pensioenen en de periodotoerekeningskosten zullen naar verwachting respectievelijk circa 35 en 80 miljoen USD per kwartaal bedragen. De overige financiële resultaten zullen invloed blijven ondervinden van potentiële winsten en verliezen die verband houden met de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's.
- (vii) **Effectieve aanslagvoet:** We verwachten dat de genormaliseerde EAV voor FY14 tussen 21% en 23% zal bedragen. We verwachten dat de genormaliseerde EAV tussen 22% en 25% zal bedragen voor de periode 2015-2017, en daarna tussen 25% en 27%.
- (viii) **Netto-investeringsuitgaven:** Onze verwachting voor de netto-investeringsuitgaven in FY14 is circa 4,0 miljard USD, waarbij de stijging hoofdzakelijk het gevolg is van consumenten- en commerciële investeringen in het kader van onze sterke innovatiepijplijn en marktprogramma's.
- (ix) **Schuld:** Onze optimale kapitaalstructuur blijft een verhouding tussen de nettoschuld en de EBITDA van ongeveer 2,0 x. Ongeveer een derde van de brutoschuld van AB InBev is uitgedrukt in een andere munteenheid dan de US dollar, in het bijzonder in euro.

OVERZICHT VAN DE BEDRIJFSACTIVITEITEN

Verenigde Staten

Prestatie-Indicatoren

Tabel 3. Verenigde Staten (miljoen USD)

	1Q13 Referentiebasis	1Q14	Interne groei
Volumes (duizend hls)	26 552	27 138	2,1%
Opbrengsten	3 284	3 420	4,1%
Genormaliseerde EBITDA	1 352	1 377	1,8%
Genormaliseerde EBITDA-marge	41,2%	40,3%	-91 bp

In de **Verenigde Staten** steeg onze VAG met 2,1% terwijl onze VAK gecorrigeerd voor het aantal verkoopdagen met 2,6% afnam. We schatten dat de VAK gecorrigeerd voor het aantal verkoopdagen voor de sector met 1,7% gedaald is in het kwartaal ten gevolge van ongunstige weersomstandigheden over het grootste deel van het land en de verschuiving van Pasen naar het tweede kwartaal in 2014.

De groei van onze VAG in 1Q14 was te danken aan een stijging van de voorraadniveaus van de grootdistributeurs als onderdeel van de continuïteitsplannen voorafgaand aan de sociale onderhandelingen met onze 12 brouwerijen in de VS. De onderhandelingen werden succesvol afgerond op 30 april en hebben we aangekondigd een nieuwe overeenkomst voor vijf jaar met de Teamsters te hebben bereikt. We gaan ervan uit dat de VAG in 2Q14 zal dalen ten opzichte van 2Q13 aangezien we onze voorraadniveaus aanpassen. Daarnaast verwachten we dat de VAK en de VAG op jaarbasis zullen samenlopen.

PERSBERICHT

Brussel, 7 mei 2014 – 5 / 18



We schatten dat het volume van onze families van Belangrijkste Merken op basis van de VAK met 0,7% gegroeid is in het kwartaal en dat ons totaal geschat marktaandeel met circa 40 basispunten afgenomen is. Dit marktaandeelverlies is vooral te wijten aan het cyclische verloop van de lanceringsvolumes van Budweiser Black Crown en een verschuiving van de mix naar het hogere marktsegment.

Het marktaandeel van de Bud Light-familie steeg volgens onze schattingen lichtjes tegenover dezelfde periode vorig jaar. De VAK voor Bud Light kende het afgelopen kwartaal een lage eencijferige daling, maar het merk veroverde op basis van onze schattingen wel marktaandeel binnen het segment van de premium lightbieren. Het totale marktaandeel van de Rita's is met ongeveer 25 basispunten gestegen dankzij de succesvolle lancering van Mang-O-Rita en Raz-Ber-Rita in het kwartaal.

We schatten dat het marktaandeel van het Budweiser-merk met ongeveer 25 basispunten daalde, en we zijn tevreden met de vooruitgang die het merk aan het maken is.

We schatten dat Michelob Ultra en onze merken in het hogere marktsegment, met als belangrijkste vertegenwoordigers Stella Artois, Shock Top en Goose Island, ongeveer 20 basispunten marktaandeel veroverd hebben in het afgelopen kwartaal. We blijven investeren in onze merken in het hogere marktsegment, met een toegenomen focus op de horeca.

Onze verpakkinsinnovaties hebben het afgelopen kwartaal goede resultaten neergezet, in het bijzonder Bud Light, gedreven door de hersluitbare aluminium fles en het blikje van 25 ounce (74 cl). Aan het begin van het tweede kwartaal hebben we ook Johnny Appleseed gelanceerd, een nieuwe, verfrissend zoete en intense harde appelcider met een fris appelaroma.

De bieropbrengsten per hl in de VS stegen met 1,9% in het kwartaal. Dit omvat een bijdrage van de merkenmix van ongeveer 50 basispunten tegen 150 basispunten in 1Q13 als gevolg van de timing van onze innovaties in 2013. De succesvolle lancering van het nieuwe blikje van 25 ounce (74 cl) leidt tot een negatieve impact van de verpakkingmix op de opbrengsten per hl, maar heeft een positieve impact op de brutowinst per hl.

Vooruitkijkend, verwachten we een lagere bijdrage van de merkenmix en een vergelijkbare impact van de verpakkingmix voor de volgende twee kwartalen en gunstigere vergelijkbare cijfers in 4Q14.

De EBITDA in de VS steeg in 1Q14 met 1,8% tot 1 377 miljoen USD. De EBITDA-marge daalde met 91 basispunten tot 40,3%, vooral ten gevolge van de timing van onze verkoop- en marketinginvesteringen en administratieve kosten.

PERSBERICHT

Brussel, 7 mei 2014 – 6 / 18



Mexico

Prestatie-Indicatoren

Tabel 4. Mexico (miljoen USD)

	1Q13 Referentiebasis	1Q14	Interne groei
Volumes (duizend hls)	8 835	8 918	0,9%
Opbrengsten	1 049	1 042	2,2%
Genormaliseerde EBITDA	349	431	27,0%
Genormaliseerde EBITDA-marge	33,3%	41,3%	806 bp

Mexico kende een sterk kwartaal op het vlak van volume, opbrengsten en EBITDA.

Onze eigen volumes stegen in het kwartaal met 0,9% ondanks de latere timing van Pasen, die de belangrijkste feestdag in Mexico is, en we noteerden een sterke groei voor onze Belangrijkste Merken, met als sterkste stijgers de Corona-familie en Bud Light. We schatten dat de sector het afgelopen kwartaal een lichte groei gekend heeft, waardoor ons marktaandeel licht gestegen is.

Het volume van de merkenfamilie Corona is met meer dan 10% toegenomen, vooral onder impuls van de in het eerste kwartaal gelanceerde promotie van het merk binnen het kader van de FIFA World Cup™. De promotie was een enorm succes, en consumenten hebben online meer dan twee miljoen van de speciale promotiecodes ingegeven die op verpakkingen terug te vinden zijn.

We zijn ook tevreden met de prestaties van Bud Light, en hebben onlangs ook Stella Artois gelanceerd, dat volgens ons heel wat groeipotentieel heeft in het superpremiumsegment.

De bieropbrengsten per hl stegen met 2,2% in 1Q14 ondanks moeilijke vergelijkbare cijfers ten opzichte van 1Q13 gezien de prijsverhoging van maart 2013.

In het eerste kwartaal werd ongeveer 120 miljoen USD aan kostensynergieën gerealiseerd, wat betekent dat we tot op heden in totaal ongeveer 580 miljoen USD aan kosten bespaard hebben. We houden vast aan ons engagement om 1 miljard USD aan kostensynergieën te realiseren tegen eind 2016, met het merendeel daarvan tegen eind 2015.

In 1Q14 kende de EBITDA in Mexico een stijging met 27% tot 431 miljoen USD, en nam de EBITDA-marge met meer dan 800 basispunten toe tot 41,3%. De stijging van de EBITDA was het resultaat van een opbrengstengroei en de realisatie van kostensynergieën, die een stijging van de verkoop- en marketinginvesteringen gedeeltelijk compenseerden.

PERSBERICHT

Brussel, 7 mei 2014 – 7 / 18



Brazilië

Prestatie-Indicatoren

Tabel 5. Brazilië (miljoen USD)

	1Q13	1Q14	Interne
	Referentiebasis		groei
Volumes (duizend hls)	27 039	29 360	8,6%
Bier volumes	19 817	21 984	10,9%
Niet-bier volumes	7 221	7 376	2,1%
Opbrengsten	2 468	2 485	19,1%
Genormaliseerde EBITDA	1 250	1 219	15,3%
Genormaliseerde EBITDA-marge	50,7%	49,1%	-160 bp

We schatten dat de biervolumes in de sector in het kwartaal met ongeveer 12% gestegen zijn tegen een erg uitdagend 1Q13, waarin de sectorvolumes met ongeveer 7% afnamen. Naast gemakkelijke vergelijkbare cijfers ondervonden de volumes van de biersector in 1Q14 een positieve impact van erg goed weer in januari en februari, de latere timing van carnaval in 2014, en lagere inflatie van de voedselprijzen, wat geholpen heeft om de druk op het beschikbare consumenteninkomen te verlichten. Onze campagne voor een 'zomer zonder prijsverhogingen' had ook een positief effect op de sectorvolumes. In 1Q14 steeg ons totale volume met 8,6%, nam ons biervolume met 10,9% toe en kende ons volume frisdranken een groei met 2,1%.

We schatten dat ons marktaandeel in 1Q14 stabiel gebleven is ten opzichte van het vorige kwartaal, terwijl het marktaandeel jaar op jaar met ongeveer 60 basispunten gedaald is tot 67,5%.

De bieropbrengsten per hl kenden een sterke groei met 9,2% in Brazilië in 1Q14 ten gevolge van de overdracht van onze activiteiten op het vlak van opbrengstenbeheer voor 2013, de toegenomen eigen distributievolumes en verbeteringen inzake de mix aan premiummerken.

De Braziliaanse EBITDA groeide in 1Q14 met 15,3% tot 1 219 miljoen USD, terwijl de EBITDA-marge met 160 basispunten daalde tot 49,1%. De margedaling was het gevolg van een eenmalige opbrengst van ongeveer 55 miljoen USD dat in 1Q13 onder overige bedrijfsopbrengsten geboekt werd, en van de timing van onze verkoop- en marketinginvesteringen in 1Q14 gezien de sterkere volumeprestaties dit jaar enerzijds en onze activiteiten ter gelegenheid van de FIFA World Cup™ anderzijds.

China

Prestatie-Indicatoren

Tabel 6. China (miljoen USD)

	1Q13	1Q14	Interne
	Referentiebasis		groei
Volumes (duizend hls)	12 558	14 413	9,4%
Opbrengsten	698	853	15,9%
Genormaliseerde EBITDA	113	174	47,4%
Genormaliseerde EBITDA-marge	16,2%	20,4%	440 bp

In China namen onze biervolumes met 9,4% toe in 1Q14, met een geschatte stijging van het marktaandeel met ongeveer 70 basispunten tot 15,6%.

PERSBERICHT

Brussel, 7 mei 2014 – 8 / 18



De sterke volumeprestaties zijn het gevolg van onze meest succesvolle campagne voor Chinees Nieuwjaar ooit, waarbij we de iconische Clydesdale-paarden van Budweiser in een nationale campagne lieten opdraven om het Jaar van het Paard te helpen vieren. We focusten in het bijzonder op de betere horecazaken en gedurende de hele periode was de visibiliteit van Budweiser zeer groot over het hele land. Onze drie Belangrijkste Merken Budweiser, Harbin en Sedrin stegen met 13% in 1Q14.

De opbrengsten per hl stegen met 5,9% in 1Q14; deze stijging is grotendeels te danken aan een betere merkenmix, in het bijzonder Harbin Ice en Budweiser.

China kende een EBITDA-groei van 47,4% dankzij een opbrengstengroei en een sterk resultaat op het vlak van de Kostprijs Verkochte Goederen ten gevolge van lagere grondstofprijzen en de verpakkingsmix. De EBITDA-marge steeg van 16,2% in 1Q13 naar 20,4% in 1Q14.

Hoogtepunten van onze andere markten

De biervolumes in **Argentinië** zijn met 5,1% toegenomen dankzij gemakkelijke vergelijkbare cijfers ten opzichte van vorig jaar en een mooie bijdrage van onze innovaties. Ons geschat marktaandeel op de biermarkt daalde lichtjes na het bereiken van een absoluut hoogtepunt op het einde van 2013.

Het volume eigen bieren in **België** is in 1Q14 met 3,1% gedaald wegens jaar-op-jaar verschillen in onze promotiekalender in de grootdistributie ten gevolge van de FIFA World Cup™.

In **Canada** daalden onze biervolumes in 1Q14 met 4,1% ten gevolge van een zwakke sector wegens erg koud weer. We hebben de distributie van de merken van Grupo Modelo in Canada overgenomen van Molson Coors in het begin van maart 2014 en zijn enthousiast over het groeipotentieel van het portfolio.

In **Duitsland** is het volume eigen bieren met 6,4% gedaald, vooral ten gevolge van de timing van onze prijsverhoging voor het eerste kwartaal.

De volumes van de biersector in **Rusland** blijven zwak, met enerzijds een daling van onze eigen volumes met ongeveer 10% grotendeels ten gevolge van de sector, en anderzijds beperkt marktaandeelverlies ten gevolge van onze premiumisatiestrategie. We blijven marktaandeel veroveren in het premium- en superpremiumsegment, gedreven door Budweiser.

In het **Verenigd Koninkrijk** kenden onze eigen producten een groei met 0,6% dankzij sterke groei van Budweiser onder impuls van de sterke resultaten van de sector.

PERSBERICHT

Brussel, 7 mei 2014 – 9 / 18



GECONSOLIDEERDE RESULTATENREKENING

Tabel 7. Geconsolideerde resultatenrekening (miljoen USD)

	1Q13 Gerapporteerd	1Q13 Referentiebasis	1Q14	Interne groei
Opbrengsten	9 169	10 422	10 605	8,9%
Kostprijs verkochte goederen	-3 904	-4 447	-4 287	-2,0%
Brutowinst	5 265	5 975	6 318	14,1%
Distributiekosten	-939	-1 069	-1 044	-6,1%
Verkoop- en marketingkosten	-1 277	-1 496	-1 661	-16,7%
Administratieve kosten	-491	-612	-689	-17,0%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	193	250	203	-11,4%
Bedrijfsresultaat (EBIT)				
vóór eenmalige opbrengsten/(kosten)	2 751	3 048	3 127	12,9%
Eenmalige opbrengsten/(kosten) boven EBIT	-26		-20	
Netto financiële opbrengsten/ (kosten)	-255		-866	
Eenmalige netto financiële opbrengsten/ (kosten)	223		-31	
Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen	167		8	
Belastingen	-333		-419	
Winst	2 527		1 799	
Winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen	476		427	
Winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	2 051		1 372	
Genormaliseerde EBITDA	3 430	3 821	3 880	10,8%
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 853		1 416	

Opbrengsten

In 1Q14 stegen de geconsolideerde opbrengsten met 8,9% en kenden de opbrengsten per hl een groei met 4,4% dankzij onze initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer en merkenmix door de verdere implementatie van onze premiumisatiestrategie. Bij een constante geografische basis stegen de opbrengsten per hl met 5,7%.

Kostprijs Verkochte Goederen (KVG)

De totale KVG nam met 2,0% toe, en daalde met 2,2% per hl. Deze daling was het gevolg van lagere grondstofprijzen en productiekosten, die gedeeltelijk teniet gedaan werden door wisselkoerseffecten, in het bijzonder BRL/USD. Bij een constante geografische basis steeg de KVG per hl met 0,1%.

Distributiekosten

De distributiekosten stegen met 6,1% en met 1,7% per hl. Deze stijging was in Noord-Amerika het resultaat van de impact van uitdagend winterweer, wat gedeeltelijk gecompenseerd werd door de voordelen van een verbeterde productievoetafdruk voor de Rita's, en in Brazilië het resultaat van hogere transportkosten ten gevolge van de algemene inflatie en een groter aandeel van eigen distributie. In Mexico daalden de distributiekosten met ongeveer 10% per hl, vooral dankzij de realisatie van kostensynergieën.

Verkoop- en marketinginvesteringen

De verkoop- en marketingkosten stegen in 1Q14 met 16,7% wegens extra ondersteuning voor onze merken, innovaties en verkoopsinitiatieven in alle Zones. Deze extra ondersteuning omvat investeringen in de start van onze 2014 FIFA World Cup™-activaties maar daarnaast ook investeringen in bewezen trade-marketingprogramma's, in het bijzonder binnen het horecasegment.

PERSBERICHT

Brussel, 7 mei 2014 – 10 / 18



Administratieve kosten

De administratieve kosten daalden met 17%, vooral ten gevolge van de timing van de voorzieningen voor variabele compensatie.

Overige bedrijfsopbrengsten

De overige bedrijfsopbrengsten bedroegen 203 miljoen USD in 1Q14 vergeleken met 250 miljoen USD in 1Q13. Die daling is vooral te wijten aan de Zone Latijns-Amerika Noord, die een eenmalige opbrengst van ongeveer 55 miljoen USD boekte in 1Q13.

Eenmalige opbrengsten en kosten boven EBIT

Tabel 8. Eenmalige opbrengsten/(kosten) boven EBIT (miljoen USD)

	1Q13	1Q14
Herstructurering (inclusief bijzondere waardeverminderingen)	-3	-24
Verkoop van activiteiten en activa (inclusief bijzondere waardeverminderingen)	-	16
Verwervingskosten van bedrijfscombinaties	-23	-12
Impact op bedrijfsresultaat	-26	-20

Het genormaliseerde bedrijfsresultaat is exclusief -20 miljoen USD aan eenmalige negatieve elementen, voornamelijk wegens herstructureringskosten.

Netto financiële opbrengsten/(kosten)

Tabel 9. Netto financiële opbrengsten/ (kosten) (miljoen USD)

	1Q13	1Q14
Netto-interestkosten	-443	-441
Netto-interestkosten voor pensioenen	-37	-30
Periode toerekeningkosten	-70	-75
Overige financiële resultaten	295	-320
Netto financiële opbrengsten/ (kosten)	-255	-866

De **netto financiële kosten** (exclusief eenmalige netto financiële kosten) bedroegen 866 miljoen USD in 1Q14 vergeleken met 255 miljoen USD in 1Q13. Deze stijging was vooral het gevolg van de schommeling van de aanpassingen aan marktwaarde verbonden met de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's, alsook negatieve wisselkoerseffecten en andere afdekkingskosten. In 1Q13 boekten we een winst van 402 miljoen USD uit aanpassingen aan marktwaarde, terwijl in 1Q14 we een verlies boekten van 52 miljoen USD uit aanpassingen aan marktwaarde. Een overzicht van het aantal aandelen die opgenomen zijn in de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's en de aandelenkoers begin en einde kwartaal wordt gegeven in onderstaande tabel 10.

Tabel 10. Afdekking van op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's

	1Q13	1Q14
Aandelenkoers per begin kwartaal (euro per aandeel)	65,74	77,26
Aandelenkoers per einde kwartaal (euro per aandeel)	77,25	76,10
Aantal eigen-vermogeninstrumenten (miljoen)	28,3	28,3

PERSBERICHT

Brussel, 7 mei 2014 – 11 / 18



Eenmalige netto financiële opbrengsten/(kosten)

Tabel 11. Eenmalige netto financiële opbrengsten/ (kosten) (miljoen USD)

	1Q13	1Q14
Aanpassing aan marktwaarde	231	-31
Overige financiële resultaten	-8	-
Eenmalige netto financiële opbrengsten/ (kosten)	223	-31

De **eenmalige netto financiële resultaten** omvatten 31 miljoen USD kosten in 1Q14 en 223 miljoen USD opbrengsten in 1Q13, vooral ten gevolge van aanpassingen aan marktwaarde van afgeleide instrumenten aangegaan ter afdekking van het instrument voor uitgestelde aandelen dat uitgegeven werd in het kader van een transactie die verband houdt met de combinatie met Grupo Modelo. Het instrument voor uitgestelde aandelen werd afgedekt tegen een gemiddelde prijs van ongeveer 68 EUR per aandeel. Een overzicht van het aantal aandelen die opgenomen zijn in de afdekking van het instrument voor uitgestelde aandelen en de aandelenkoers begin en einde kwartaal wordt gegeven in tabel 12.

Tabel 12. Afdekking van uitgestelde aandelen instrumenten

	1Q13	1Q14
Aandelenkoers per begin kwartaal (euro per aandeel)	65,74	77,26
Aandelenkoers van de nieuwe afdekkingen in het kwartaal (euro per aandeel)	66,89	-
Aandelenkoers per einde kwartaal (euro per aandeel)	77,25	76,10
Aantal uitgestelde aandelen instrumenten per begin kwartaal (miljoen)	9,5	23,1
Aantal uitgestelde aandelen instrumenten per einde kwartaal (miljoen)	16,3	23,1

Belastingen

Tabel 13. Belastingen (miljoen USD)

	1Q13	1Q14
Belastingen	333	419
Effectieve Aanslagvoet	12,4%	19,0%
Genormaliseerde Effectieve Aanslagvoet	13,3%	18,8%

In 1Q14 bedroegen de **belastingen** 419 miljoen USD met een genormaliseerde effectieve aanslagvoet (EAV) van 18,8% tegenover 333 miljoen USD aan belastingen in 1Q13 met een genormaliseerde EAV van 13,3%. De genormaliseerde EAV werd in 1Q13 positief beïnvloed door de niet-belastbare aard van een winst van 402 miljoen USD uit de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's. De stijging van de genormaliseerde EAV in 1Q14 is tevens het gevolg van wijzigingen in de resultatenmix van de landen, inclusief de impact die de combinatie met Grupo Modelo op de mix heeft.

Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen

In 1Q14 bedroeg het aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen 8 miljoen USD vergeleken met 167 miljoen USD in 1Q13. In 1Q13 was het aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen een weerspiegeling van AB InBevs participatie in Grupo Modelo. Sinds de combinatie tussen Grupo Modelo en AB InBev begin juni 2013 worden de resultaten van Grupo Modelo volledig geconsolideerd.

Winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen

De winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen daalde van 476 miljoen USD in 1Q13 tot 427 miljoen USD in 1Q14. Deze daling is voornamelijk toe te schrijven aan de impact van wisselkoerseffecten.

PERSBERICHT

Brussel, 7 mei 2014 – 12 / 18



Genormaliseerde winst en winst

Tabel 14. Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten (miljoen USD)

	1Q13	1Q14
Winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	2 051	1 372
Eenmalige opbrengsten en kosten, na belastingen, toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	25	13
Eenmalige financiële kosten, na belastingen, toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	-223	31
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 853	1 416

De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev bedroeg 1 416 miljoen USD in 1Q14 vergeleken met 1 853 miljoen USD in 1Q13. Deze daling was te wijten aan overige financiële resultaten die onder de netto financiële kosten gerapporteerd werden en een toename van de genormaliseerde EAV.

De winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev bedroeg 1 372 miljoen USD in 1Q14 vergeleken met 2 051 miljoen USD in 1Q13 en omvat 44 miljoen USD aan nettokosten na belastingen in 1Q14, en dit vergeleken met een netto-effect na belastingen van 198 miljoen USD aan eenmalige opbrengsten in 1Q13.

Genormaliseerde winst per aandeel

Tabel 15. Winst per aandeel (USD)

	1Q13	1Q14
Gewone winst per aandeel	1,28	0,84
Eenmalige opbrengsten en kosten, na belastingen, toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten, per aandeel	0,02	0,01
Eenmalige financiële kosten, na belastingen, toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten, per aandeel	-0,14	0,02
Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten)	1,16	0,87

De genormaliseerde winst per aandeel (WPA) daalde van 1,16 USD in 1Q13 tot 0,87 USD in 1Q14, vooral ten gevolge van overige financiële resultaten die onder de netto financiële kosten gerapporteerd werden en de toename van de genormaliseerde EAV.

PERSBERICHT

Brussel, 7 mei 2014 – 13 / 18



Reconciliatie van genormaliseerde EBITDA en winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten

Tabel 16. Reconciliatie van genormaliseerde EBITDA en winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten (miljoen USD)

	1Q13 Gerapporteerd	1Q14
Winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	2 051	1 372
Minderheidsbelangen	476	427
Winst	2 527	1 799
Belastingen	333	419
Aandeel in het resultaat van geassocieerde ondernemingen	-167	-8
Netto financiële opbrengsten/ (kosten)	255	866
Eenmalige netto financiële opbrengsten/ (kosten)	-223	31
Eenmalige opbrengsten/(kosten) boven EBIT (inclusief eenmalige bijzondere waardeverminderingen)	26	20
Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige opbrengsten/(kosten)	2 751	3 127
Afschrijvingen en bijzondere waardeverminderingen	679	753
Genormaliseerde EBITDA	3 430	3 880

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

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

Genormaliseerde EBITDA en genormaliseerde EBIT zijn geen boekhoudkundige maatstaven binnen IFRS en mogen niet als een alternatief gezien worden voor de winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten als een maatstaf voor bedrijfsprestaties of een alternatief voor de kasstroom als een maatstaf voor liquiditeit. Er bestaat geen vaste berekeningsmethode voor genormaliseerde EBITDA en genormaliseerde EBIT, en de definitie die AB InBev voor genormaliseerde EBITDA en genormaliseerde EBIT hanteert, kan afwijken van de definitie die gebruikt wordt door andere bedrijven.

RECENTE GEBEURTENISSEN

Oriental Breweries

Op 1 april 2014 hebben AB InBev, KKR en Affinity bekendgemaakt dat AB InBev de overname van Oriental Brewery ("OB"), de leidinggevende brouwer van Zuid-Korea, met succes afgerond heeft.

Door deze overname wordt OB opnieuw in het portfolio van AB InBev opgenomen, nadat AB InBev het bedrijf in juli 2009, na de combinatie van InBev en Anheuser-Busch, had verkocht in het kader van de afbouw van de schuldpositie van het bedrijf.

Zodra OB opnieuw volledig in AB InBev zal zijn geïntegreerd, verwacht het bedrijf enerzijds de groei van het premiumsegment te kunnen bevorderen via de optimalisatie van de gecombineerde portfolio's van toonaangevende biermerken en anderzijds efficiëntieverhogingen te kunnen realiseren via de uitwisseling van beste praktijken. AB InBev heeft ook het voornemen haar wereldwijde platform aan te wenden om de merken van OB op grotere schaal te exporteren.

De ondernemingswaarde voor de transactie bedraagt 5,8 miljard USD, en als gevolg van een in 2009 met KKR en Affinity gesloten overeenkomst ontving AB InBev op het ogenblik van de voltooiing van deze transactie ook ongeveer 320 miljoen USD in cash, onder voorbehoud van aanpassingen bij de afsluiting overeenkomstig de voorwaarden van de transactie. OB schat dat haar EBITDA (niet vergelijkbaar met AB InBevs EBITDA) in 2013 ongeveer 529 miljard KRW bedroeg, wat overeenkomt met ongeveer 500 miljoen USD op basis van de wisselkoersen op het moment van de bekendmaking.

Ginsber

Op 8 april 2014 heeft AB InBev de overname afgerond van Siping Ginsber Draft Beer Co., Ltd. ('Ginsber'). Deze Chinese brouwer is gevestigd in de provincie Jilin en is de eigenaar van het merk Ginsber. Deze transactie maakte deel uit van een in 3Q13 aangekondigde reeks van niet-gerelateerde transacties. De voorwaarden van de overeenkomst werden niet bekendgemaakt.

PERSBERICHT

Brussel, 7 mei 2014 – 15 / 18



OPMERKINGEN

De gerapporteerde cijfers van AB InBev voor 1Q14 en 1Q13 zijn gebaseerd op de niet-geauditeerde geconsolideerde tussentijdse financiële staten, opgesteld in overeenstemming met IFRS. Tenzij anders vermeld, zijn de cijfers gepresenteerd in miljoen USD.

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

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

Telkens wanneer er in dit document sprake is van prestatie-indicatoren (EBITDA, EBIT, winst, aanslagvoet, winst per aandeel), worden zij gerapporteerd op een 'genormaliseerde' basis, wat betekent dat ze gerapporteerd worden vóór eenmalige elementen. Eenmalige elementen zijn ofwel opbrengsten ofwel kosten die zich niet regelmatig voordoen als onderdeel van de normale activiteiten van de onderneming. Ze worden afzonderlijk meegedeeld aangezien ze belangrijk zijn voor een goed begrip van de onderliggende duurzame prestaties van de onderneming omwille van hun omvang of aard. Genormaliseerde cijfers zijn aanvullende cijfers gebruikt door het management en mogen niet dienen ter vervanging van de cijfers bepaald in overeenstemming met IFRS als indicator van de prestatie van de onderneming. De optelling van cijfers in de tabellen en bijlagen kan soms leiden tot afrondingsverschillen.

Gezien de omvang van de combinatie met Grupo Modelo die werd voltooid op 4 juni 2013, en teneinde het inzicht in de onderliggende prestaties van AB InBev te vergemakkelijken, heeft AB InBev de segmentinformatie van 2013 aangepast en dit omwille van doeleinden inzake de publicatie van de resultaten en het intern nazicht door het senior management. Deze presentatie (waarnaar verwezen wordt als de "2013 Referentiebasis" zal, voor vergelijkingsdoeleinden, de resultaten omvatten van Grupo Modelo alsof de combinatie op 4 juni 2012 had plaatsgevonden. Dienovereenkomstig omvat de hieronder vermelde 2013 Referentiebasis de resultaten van de Grupo Modelo-combinatie gedurende 3 maanden. De 2013 Referentiebasis reflecteert verder de aanpassingen aan de 2013 segmentinformatie omwille van doeleinden inzake de publicatie van de resultaten en het intern nazicht door het senior management om zo de aanpassingen te weerspiegelen in de presentatie van de Zones van AB InBev die in voege gingen op 1 januari 2014. Deze aanpassingen omvatten de combinatie van AB InBevs Zones West-Europa en Centraal- & Oost-Europa tot een enkele Zone Europa, de overdracht van de Spaanse bedrijfsactiviteiten van de Globale Export- en Holdingmaatschappijen naar de Zone Europa en de export van Corona naar een aantal Europese landen.

De winst per aandeel voor 1Q14 is gebaseerd op een gewogen gemiddelde van 1 631 miljoen aandelen vergeleken met 1 602 miljoen aandelen voor 1Q13.

Dit persbericht bevat bepaalde toekomstgerichte verklaringen die de huidige vooruitzichten van het management van Anheuser-Busch InBev weerspiegelen met betrekking tot, onder andere, Anheuser-Busch InBevs strategische doelstellingen. Deze verklaringen houden risico's en onzekerheden in. De mogelijkheid van Anheuser-Busch InBev om deze doelstellingen te bereiken hangt af van vele factoren, waarvan sommige buiten de controle van het management liggen. Van nature houden toekomstgerichte verklaringen risico's en onzekerheden in, omdat zij Anheuser-Busch InBevs huidige verwachtingen en veronderstellingen met betrekking tot toekomstige gebeurtenissen en omstandigheden weerspiegelen, die achteraf onjuist kunnen blijken. De daadwerkelijke resultaten kunnen om verscheidene redenen in belangrijke mate verschillen van deze vooropgesteld in de toekomstgerichte verklaringen, onder andere de risico's die beschreven worden onder Item 3.D van Anheuser-Busch InBevs jaarverslag op formulier 20-F ingediend bij de US Securities and Exchange Commission op 25 maart 2014. Anheuser-Busch InBev kan u niet waarborgen dat de toekomstige resultaten, activiteitsniveaus, prestaties of verwezenlijkingen van Anheuser-Busch InBev aan de verwachtingen weergegeven in de toekomstgerichte verklaringen zullen voldoen. Anheuser-Busch InBev wijst elke verplichting om deze verklaringen na publicatie van dit persbericht bij te werken van de hand.

PERSBERICHT

Brussel, 7 mei 2014 – 16 / 18



De in tabel 1 (met uitzondering van de volume-informatie) en tabel 7 tot 9, 11 en 13 tot 16 van dit persbericht vermelde financiële gegevens voor het eerste kwartaal van 2014 (1Q14) zijn ontleend aan de niet-geauditeerde verkorte geconsolideerde tussentijdse financiële staten van de groep op datum van en voor de periode van drie maanden eindigend op 31 maart 2014; deze gegevens werden nagezien door onze commissarissen PricewaterhouseCoopers Bedrijfsrevisoren BCVBA volgens de normen van de Public Company Accounting Oversight Board (Verenigde Staten). De conclusie van de commissarissen luidt dat er tijdens hun controle geen enkel element naar voor kwam op basis waarvan ze menen dat deze voorlopige financiële gegevens niet correct voorgesteld worden, in alle wezenlijke opzichten, conform IAS 34 "Tussentijdse Financiële Verslaggeving" zoals gepubliceerd door IASB en goedgekeurd door de Europese Unie. De financiële data uit tabel 3 tot 6, 10 en 12 zijn ontleend uit de onderliggende financiële staten op datum van en voor de periode van drie maanden eindigend op 31 maart 2014 (met uitzondering van de volume-informatie).

TELEFONISCHE CONFERENTIE EN WEBCAST

Telefonische conferentie en webcast voor investeerders op woensdag 7 mei 2014:

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

Registratiegegevens

Webcast (enkel luisteren)

<http://event.on24.com/r.htm?e=737286&s=1&k=730DB764D10BF4ACFE7991EAA746D03C>

Telefonische conferentie (met interactieve V&A)

<http://www.directeventreg.com/registration/event/31326111>

Over Anheuser-Busch InBev

Anheuser-Busch InBev is een beursgenoteerd bedrijf (Euronext: ABI) met hoofdzetel in Leuven, België, met American Depositary Receipts op de New York Stock Exchange (NYSE: BUD). Het bedrijf is de wereldwijde leidinggevende brouwer en behoort tot 's werelds top vijf van bedrijven actief in consumptiegoederen. Bier, het oorspronkelijke sociale netwerk, brengt reeds duizenden jaren mensen samen en ons portfolio van meer dan 200 biermerken blijft sterke banden smeden met consumenten. Dit portfolio bevat wereldwijde merken zoals Budweiser®, Corona® en Stella Artois®; internationale merken zoals Beck's®, Leffe® en Hoegaarden®; en lokale kampioenen zoals Bud Light®, Skol®, Brahma®, Antarctica®, Quilmes®, Victoria®, Modelo Especial®, Michelob Ultra®, Harbin®, Sedrin®, Klinskoye®, Sibirskaia Korona®, Chernigivske®, Cass® en Jupiler®. Anheuser-Busch InBev's toewijding aan erfgoed en kwaliteit gaat terug naar brouwtradities die dateren van 1366 en de brouwerij Den Hoorn in Leuven, België, en naar de pioniersgeest van de Anheuser & Co brouwerij, met wortels in St. Louis in de Verenigde Staten sinds 1852. Anheuser-Busch InBev is geografisch gediversifieerd met een evenwichtige blootstelling aan ontwikkelde markten en groeiende markten en benut de collectieve sterkte van haar meer dan 150 000 medewerkers, die in vestigingen in 25 landen wereldwijd tewerk gesteld worden. In 2013 realiseerde AB InBev 43,2 miljard USD aan opbrengsten. Het doel van de onderneming is het Beste Bierbedrijf te zijn dat Mensen Samenbrengt voor een Betere Wereld. Bezoek voor meer informatie onze website: www.ab-inbev.com.

CONTACTPERSONEN ANHEUSER-BUSCH INBEV:

Media

Marianne Amssoms

Tel: +1-212-573-9281

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

Karen Couck

Tel: +32-16-27-69-65

E-mail: karen.couck@ab-inbev.com

Laura Vallis

Tel: +1-212-573-9283

E-mail: laura.vallis@ab-inbev.com

Investeerders

Graham Staley

Tel: +1-212-573-4365

E-mail: graham.staley@ab-inbev.com

Thelke Gerdes

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

E-mail: thelke.gerdes@ab-inbev.com

Christina Caspersen

Tel: +1-212-573-4376

E-mail: christina.caspersen@ab-inbev.com

PERSBERICHT

Brussel, 7 mei 2014 – 17 / 18



Bijlage 1							
AB InBev Wereldwijd							
	1Q13	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q14	Interne groei	
	Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	100 922	670	-	4 402	105 993	4,4%	
waarvan AB InBev eigen bieren	89 001	670	-	4 039	93 710	4,5%	
Opbrengsten	10 422	28	-777	932	10 605	8,9%	
Kostprijs verkochte goederen	-4 447	-13	264	-91	-4 287	-2,0%	
Brutowinst	5 975	15	-514	842	6 318	14,1%	
Distributiekosten	-1 069	-6	96	-65	-1 044	-6,1%	
Verkoop- en marketingkosten	-1 496	-6	92	-250	-1 661	-16,7%	
Administratieve kosten	-612	-5	31	-104	-689	-17,0%	
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	250	-	-18	-28	203	-11,4%	
Genormaliseerde EBIT	3 048	-2	-312	394	3 127	12,9%	
Genormaliseerde EBITDA	3 821	1	-355	413	3 880	10,8%	
Genormaliseerde EBITDA-marge	36,7%				36,6%	63 bp	

Noord-Amerika							
	1Q13	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q14	Interne groei	
	Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	28 356	85	-	478	28 919	1,7%	
Opbrengsten	3 683	11	-32	120	3 783	3,3%	
Kostprijs verkochte goederen	-1 534	-1	8	-17	-1 544	-1,1%	
Brutowinst	2 149	10	-24	104	2 238	4,8%	
Distributiekosten	-314	-3	7	-8	-317	-2,4%	
Verkoop- en marketingkosten	-444	-2	7	-77	-517	-17,3%	
Administratieve kosten	-118	-1	2	-13	-130	-10,9%	
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	15	-1	-	-1	14	-5,4%	
Genormaliseerde EBIT	1 288	3	-8	5	1 288	0,4%	
Genormaliseerde EBITDA	1 480	1	-10	-1	1 469	-0,1%	
Genormaliseerde EBITDA-marge	40,2%				38,8%	-129 bp	

Mexico							
	1Q13	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q14	Interne groei	
	Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	8 835	-	-	83	8 918	0,9%	
Opbrengsten	1 049	-	-30	23	1 042	2,2%	
Kostprijs verkochte goederen	-400	-	10	59	-332	14,7%	
Brutowinst	649	-	-21	82	711	12,6%	
Distributiekosten	-121	-	3	11	-107	9,3%	
Verkoop- en marketingkosten	-208	-	6	-12	-213	-5,5%	
Administratieve kosten	-118	-	3	-4	-119	-3,5%	
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	54	-	-2	2	54	3,2%	
Genormaliseerde EBIT	256	-	-9	79	326	31,1%	
Genormaliseerde EBITDA	349	-	-13	94	431	27,0%	
Genormaliseerde EBITDA-marge	33,3%				41,3%	806 bp	

Latijns-Amerika Noord							
	1Q13	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q14	Interne groei	
	Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	28 573	-	-	2 407	30 981	8,4%	
Opbrengsten	2 635	-	-462	488	2 661	18,5%	
Kostprijs verkochte goederen	-907	-	149	-124	-882	-13,7%	
Brutowinst	1 728	-	-313	364	1 780	21,1%	
Distributiekosten	-348	-	57	-40	-330	-11,5%	
Verkoop- en marketingkosten	-312	-	55	-68	-325	-21,9%	
Administratieve kosten	-124	-	23	-36	-137	-29,5%	
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	160	-	-20	-33	107	-20,7%	
Genormaliseerde EBIT	1 105	-	-197	186	1 094	16,9%	
Genormaliseerde EBITDA	1 294	-	-225	196	1 265	15,2%	
Genormaliseerde EBITDA-marge	49,1%				47,5%	-138 bp	

PERSBERICHT

Brussel, 7 mei 2014 – 18 / 18



Bijlage 1

Latijns-Amerika Zuid	1Q13	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q14	Interne groei
Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	9 825	-	-	385	10 210	3,9%
Opbrengsten	871	-	-267	187	791	21,5%
Kostprijs verkochte goederen	-315	-	97	-52	-269	-16,4%
Brutowinst	556	-	-170	135	522	24,3%
Distributiekosten	-85	-	29	-20	-76	-23,9%
Verkoop- en marketingkosten	-94	-	27	-20	-86	-20,8%
Administratieve kosten	-24	-	6	-10	-28	-42,6%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	-4	-	2	-4	-6	-92,1%
Genormaliseerde EBIT	349	-	-105	82	326	23,3%
Genormaliseerde EBITDA	396	-	-116	87	366	22,0%
Genormaliseerde EBITDA-marge	45,4%				46,3%	22 bp

Europa	1Q13	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q14	Interne groei
Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	9 227	-	-	-462	8 767	-5,0%
waarvan AB InBev eigen bieren	8 881	-	-	-467	8 413	-5,3%
Opbrengsten	975	-	-	9	985	1,0%
Kostprijs verkochte goederen	-480	-	4	17	-458	3,6%
Brutowinst	496	-	4	27	527	5,4%
Distributiekosten	-112	-	1	3	-109	2,7%
Verkoop- en marketingkosten	-231	-	4	-19	-247	-8,2%
Administratieve kosten	-84	-	-	-5	-89	-6,0%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	3	-	-	-2	1	-62,6%
Genormaliseerde EBIT	72	-	9	4	84	5,4%
Genormaliseerde EBITDA	190	-	7	-4	193	-2,0%
Genormaliseerde EBITDA-marge	19,4%				19,6%	-57 bp

Azië	1Q13	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q14	Interne groei
Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	12 614	670	-	1 203	14 487	9,5%
Opbrengsten	703	25	18	113	858	16,1%
Kostprijs verkochte goederen	-418	-17	-9	-24	-468	-5,7%
Brutowinst	284	8	9	89	390	31,3%
Distributiekosten	-58	-3	-1	-5	-68	-8,5%
Verkoop- en marketingkosten	-158	-4	-4	-37	-203	-23,6%
Administratieve kosten	-64	-4	-2	-7	-76	-10,4%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	10	-	1	12	23	-
Genormaliseerde EBIT	14	-2	2	52	66	-
Genormaliseerde EBITDA	113	4	4	52	173	46,3%
Genormaliseerde EBITDA-marge	16,1%				20,1%	418 bp

Globale Export en Holdingmaatschappijen	1Q13	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q14	Interne groei
Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	3 490	-85	-	307	3 712	9,0%
Opbrengsten	505	-8	-4	-9	484	-1,7%
Kostprijs verkochte goederen	-393	4	5	49	-334	12,7%
Brutowinst	112	-4	1	41	150	37,3%
Distributiekosten	-31	-	-	-7	-38	-22,4%
Verkoop- en marketingkosten	-49	-	-2	-17	-68	-35,4%
Administratieve kosten	-80	-	-2	-29	-111	-36,3%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	12	-	-	-2	10	-17,0%
Genormaliseerde EBIT	-35	-3	-3	-15	-56	-37,8%
Genormaliseerde EBITDA	-	-3	-2	-13	-18	-