

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

Anheuser-Busch InBev publiceert resultaten voor het eerste kwartaal van 2015

Hoogtepunten

Tenzij anders aangegeven, zijn onderstaande toelichtingen gebaseerd op interne groeicijfers en verwijzen ze naar 1Q15 vergeleken met dezelfde periode vorig jaar. Zie pagina 13 voor belangrijke opmerkingen en disclaimers.

- **Opbrengstengroei:** De opbrengsten stegen in het kwartaal met 6,2%, met een stijging van de opbrengsten per hectoliter (hl) van 7,5% zowel op gerapporteerde als op constante geografische basis en dit onder impuls van onze initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer en premiumisatie.
- **Volumeprestaties:** De totale volumes daalden met 1,2%, en ons volume eigen bieren nam met 1,0% af. De daling van het volume eigen bieren was vooral het resultaat van een daling van de verkoop aan groothandelaars (VAG) in de VS met 6,0% die zoals verwacht moeilijke vergelijkbare cijfers vertoonde ten gevolge van de voorraadopbouw bij groothandelaars in 1Q14 voorafgaand aan sociale onderhandelingen. De verkoop aan kleinhandelaars (VAK) gecorrigeerd voor het aantal verkoopdagen in de VS daalde met 1,5%.
- **Belangrijkste Merken ("Focus Brands"):** Het volume van onze Belangrijkste Merken daalde in het kwartaal met 0,3% ten gevolge van moeilijk vergelijkbare cijfers voor de VAG in de VS. De volumes van onze wereldwijde merken groeiden met 4,6%, waarbij Budweiser, Corona en Stella Artois een stijging van respectievelijk 6,2%, 2,7% en 1,2% kenden.
- **Kostprijs Verkochte Goederen (KVG):** De KVG steeg met 4,8% in 1Q15 en met 6,1% per hl. Bij een constante geografische basis steeg de KVG per hl met 6,4%.
- De **EBITDA** groeide met 11,1% tot 3 967 miljoen USD, waarbij de marge met 170 basispunten toenam, hoofdzakelijk ten gevolge van een sterke opbrengstengroei.
- **Netto financiële opbrengsten/kosten:** De netto financiële opbrengsten (exclusief eenmalige netto financiële opbrengsten/kosten) bedroegen 91 miljoen USD in 1Q15 vergeleken met 866 miljoen USD aan netto financiële kosten in 1Q14. Dit verschil van 957 miljoen USD was vooral het gevolg van een opbrengst van 757 miljoen USD in 1Q15 uit aanpassingen aan marktwaarde verbonden met de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's, tegenover een kost van 52 miljoen USD in 1Q14.
- **Belastingen:** In 1Q15 bedroegen de belastingen 593 miljoen USD met een genormaliseerde effectieve aanslagvoet (EAV) van 18,0% tegenover 419 miljoen USD aan belastingen in 1Q14 met een genormaliseerde EAV van 18,8%. De genormaliseerde EAV werd positief beïnvloed door de opbrengst van 757 miljoen USD verbonden met de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's.
- **Winst:** De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev bedroeg 2 294 miljoen USD in 1Q15 vergeleken met 1 416 miljoen USD in 1Q14. Deze stijging is het gevolg van een sterke opbrengstengroei en gunstige netto financiële opbrengsten.
- **Winst per aandeel:** De genormaliseerde winst per aandeel (WPA) steeg van 0,87 USD in 1Q14 tot 1,40 USD in 1Q15.
- **Terugkoopplan van eigen aandelen:** Zoals gepubliceerd in ons persbericht over de resultaten van FY14 heeft de Raad van Bestuur een terugkoopplan van eigen aandelen goedgekeurd voor een bedrag van één miljard USD. Het blijft onze bedoeling om de

PERSBERICHT

Brussel, 6 mei 2015 – 2 / 16



aangekochte eigen aandelen te gebruiken om onze diverse verbintenissen inzake het leveren van eigen aandelen met betrekking tot de aandelen- en aandelenoptieplannen na te komen. Het terugkoopplan van eigen aandelen ging van start op 18 maart 2015, en op datum van 1 mei 2015 had het bedrijf ongeveer 3,8 miljoen aandelen aangekocht voor een totaalbedrag van ongeveer 467 miljoen USD.

Tabel 1. Geconsolideerde resultaten (miljoen USD)

	1Q14	1Q15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	105 993	107 363	-1,2%
AB InBev eigen bieren	93 710	95 089	-1,0%
Niet-biervolumes	11 832	11 474	-3,0%
Producten van derden	451	800	0,3%
Opbrengsten	10 605	10 453	6,2%
Brutowinst	6 318	6 253	7,2%
Brutomarge	59,6%	59,8%	54 bp
Genormaliseerde EBITDA	3 880	3 967	11,1%
Genormaliseerde EBITDA-marge	36,6%	38,0%	170 bp
Genormaliseerde EBIT	3 127	3 213	11,8%
Genormaliseerde EBIT-marge	29,5%	30,7%	155 bp
Winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 372	2 681	
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 416	2 294	
Winst per aandeel (USD)	0,84	1,63	
Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten) (USD)	0,87	1,40	

Tabel 2. Volumes (duizend hls)

	1Q14	Scope	Interne groei	1Q15	Interne groei Totale volume	Volume eigen bieren
Noord-Amerika	28 919	13	-1 606	27 326	-5,6%	-5,6%
Mexico	8 918	-	187	9 105	2,1%	2,1%
Latijns-Amerika Noord	30 981	6	295	31 282	1,0%	1,6%
Latijns-Amerika Zuid	10 210	192	-310	10 092	-3,0%	-0,6%
Europa	8 766	54	-523	8 296	-5,9%	-5,9%
Azië	14 487	4 566	703	19 757	4,8%	4,8%
Globale Export en Holdingmaatschappijen	3 712	-2 209	2	1 504	0,1%	0,1%
AB InBev Wereldwijd	105 993	2 622	-1 253	107 363	-1,2%	-1,0%

COMMENTAAR VAN HET MANAGEMENT

De strategie van onze Belangrijkste Merken, gecombineerd met een gedisciplineerde uitvoering op het terrein, heeft ons in staat gesteld om in het kwartaal een sterke opbrengstengroei te realiseren ondanks uitdagende marktomstandigheden in een aantal van onze landen. Onze totale opbrengsten stegen met 6,2%, met een sterke opbrengstengroei per hl van 7,5%, die de daling van onze totale volumes met 1,2% ruimschoots compenseerden.

Ons volume eigen bieren nam in het kwartaal met 1,0% af:

- (i) In de VS kampten we zoals eerder gecommuniceerd met moeilijke vergelijkbare cijfers op het vlak van VAG na de voorraadopbouw bij groothandelaars voorafgaand aan sociale onderhandelingen in het eerste kwartaal van vorig jaar. Bijgevolg daalde de VAG met 6,0% in 1Q15. De VAK gecorrigeerd voor het aantal verkooptdagen nam met 1,5% af.
- (ii) Mexico kende een mooie volumegroei van 2,1% onder impuls van onze Belangrijkste Merken en het voordeel van de vroegere timing van Pasen vergeleken met 2014.

PERSBERICHT

Brussel, 6 mei 2015 – 3 / 16



- (iii) In Brazilië realiseerden we een sterke opbrengstengroei met meer dan 10% in het kwartaal ondanks een uitdagende economische omgeving. Die groei was het gevolg van een stijging van onze biervolumes met 0,4% gecombineerd met een sterk resultaat op het vlak van opbrengsten per hl.
- (iv) De volumes in China bleven het veel beter doen dan de sector, waarbij ons volume eigen bieren steeg met 4,7% dankzij een sterke groei van zowel Budweiser als Harbin.

Onze wereldwijde merken boekten opnieuw mooie resultaten in 1Q15, met een volumegroei van 4,6%. De sterkste stijger was Budweiser met een groei van 6,2%, vooral dankzij goede prestaties in China en Brazilië. Corona nam met 2,7% toe, met sterke resultaten in Australië, Italië en Canada, terwijl Stella Artois met 1,2% groeide, vooral dankzij goede prestaties in de VS.

De geconsolideerde EBITDA steeg in het kwartaal met 11,1%, waarbij de marge met 170 basispunten toenam, hoofdzakelijk ten gevolge van sterke opbrengstengroei.

Onze verkoop- en marketinginvesteringen stegen in het kwartaal met 1,3% ten opzichte van een groei met 16,7% in 1Q14, die toen de start van onze activaties binnen het kader van de FIFA World Cup weerspiegelde. We engageren ons om te investeren in opportuniteiten om onze merken en wereldwijde platforms op lange termijn te laten groeien, en blijven verwachten dat de verkoop- en marketinginvesteringen een gemiddelde tot hoge eencijferige groei zullen kennen in FY15.

De genormaliseerde winst per aandeel (WPA) steeg van 0,87 USD in 1Q14 tot 1,40 USD in 1Q15. Die stijging was het gevolg van een sterke opbrengstengroei en een opbrengst van 757 miljoen USD uit aanpassingen aan marktwaarde verbonden met de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's.

Het op 26 februari aangekondigde terugkoopplan van eigen aandelen voor een bedrag van één miljard USD vordert goed en was op datum van 1 mei al voor ongeveer 47% voltooid.

VOORUITZICHTEN VOOR 2015

(i) Volume en opbrengsten:

- In de VS: We verwachten dat de sectorvolumes in FY15 beter zullen zijn dan in FY14. We verwachten dat de VAG en de VAK naar elkaar toe zullen evolueren op jaarbasis.
- In Mexico: We verwachten dat de volumes van de biersector verder zullen groeien in FY15 onder impuls van de economie en onze eigen commerciële initiatieven.
- In Brazilië: We verwachten dat onze netto-opbrengsten mede dankzij aanhoudende groei in het premiumsegment een gemiddelde tot hoge eencijferige groei zullen kennen.
- In China: We verwachten dat de volumes van de biersector opnieuw zullen groeien in FY15. We verwachten dat onze opbrengsten per hl blijven gedreven worden door de gunstige merkenmix.
- AB InBev totaal: We verwachten dat de opbrengsten per hl bij een constante geografische basis een interne groei zullen kennen in lijn met de inflatie ten gevolge van onze initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer en aanhoudende verbeteringen van de mix.

PERSBERICHT

Brussel, 6 mei 2015 – 4 / 16



(ii) Kostprijs Verkochte Goederen per hl:

We verwachten dat de KVG per hl bij een constante geografische basis een lage eencijferige interne groei zal kennen ten gevolge van de mix en negatieve wisselkoersresultaten (voornamelijk BRL/USD), gedeeltelijk gecompenseerd door gunstige wereldwijde grondstofprijzen, besparingen op het vlak van aankoopactiviteiten en efficiëntiewinsten.

(iii) Distributiekosten per hl:

We verwachten dat de distributiekosten per hl een gemiddelde eencijferige interne groei zullen kennen onder invloed van hogere distributiekosten in Brazilië, de VS en Mexico.

(iv) Verkoop- en marketinginvesteringen:

We verwachten dat de verkoop- en marketinginvesteringen een gemiddelde tot hoge eencijferige groei zullen kennen aangezien we blijven investeren in onze merken en wereldwijde platforms op lange termijn.

(v) Netto financiële kosten:

We verwachten dat de gemiddelde coupon op de nettoschuld in FY15 tussen 3,5% en 4,0% zal liggen. De netto-interestkosten voor pensioenen en periodetoerekeningskosten zullen naar verwachting bij benadering respectievelijk 35 en 80 miljoen USD per kwartaal bedragen. De overige financiële resultaten zullen invloed blijven ondervinden van potentiële opbrengsten en kosten verbonden met de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's.

(vi) Effectieve aanslagvoet:

We verwachten dat de genormaliseerde EAV in FY15 tussen 22% en 24% zal liggen. We verwachten dat de genormaliseerde EAV in de periode 2016-2018 tussen 22% en 25% zal liggen, en daarna tussen 25% en 27%. We blijven geen rekening houden met de impact van toekomstige opbrengsten en kosten verbonden met de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's voor de berekening van onze genormaliseerde EAV-vooruitzichten.

(vii) Netto-investeringsuitgaven:

We verwachten circa 4,3 miljard USD aan netto-investeringsuitgaven in FY15 gedreven door investeringen in commerciële en consumenteninitiatieven en capaciteitsuitbreiding.

(viii) Schuld:

Onze optimale kapitaalstructuur blijft een verhouding tussen nettoschuld en EBITDA van rond de 2x. 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

Kritieke Prestatie-Indicatoren

Tabel 3. Verenigde Staten (miljoen USD)

	1Q14	1Q15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	27 138	25 504	-6,0%
Opbrengsten	3 420	3 256	-4,8%
Genormaliseerde EBITDA	1 377	1 288	-6,5%
Genormaliseerde EBITDA-marge	40,3%	39,6%	-70 bp

In de **Verenigde Staten** is onze VAG met 6,0% gedaald. Deze daling was vooral het gevolg van moeilijke vergelijkbare cijfers ten gevolge van een stijging van de voorraadniveaus van groothandelaars in 1Q14 als onderdeel van de continuïteitsplannen voorafgaand aan sociale onderhandelingen. We schatten dat de VAK gecorrigeerd voor het aantal verkooldagen voor de sector in het kwartaal met 0,5% gedaald is, terwijl onze eigen VAK gecorrigeerd voor het aantal verkooldagen met 1,5% afgenomen is. Dit leidde tot een geschat totaal marktaandeelverlies van ongeveer 45 basispunten. We blijven verwachten dat onze VAK en VAG naar elkaar toe zullen evolueren op jaarbasis.

Bud Light blijft volgens onze schattingen marktaandeel winnen in het segment van de premium lightbieren en ondervond een positief effect van een sterke Super Bowl-campagne. Op basis van onze schattingen nam de VAK met ongeveer 2% af in het kwartaal, en daalde het totale marktaandeel van het merk met ongeveer 20 basispunten.

Budweiser heeft een van haar beste prestaties van de afgelopen kwartalen neergezet dankzij een sterke campagne waarbij de nadruk lag op de kwaliteit en het belangrijke erfgoed van het merk. Budweiser kende in het kwartaal een lage eencijferige daling in de VAK en verloor ongeveer 20 basispunten marktaandeel volgens onze schattingen.

Ons portfolio superpremiumbieren boekte mooie resultaten en kende een stijging van het totale marktaandeel met ongeveer 20 basispunten in het kwartaal op basis van onze schattingen, waarbij de sterkste resultaten kwamen van Ultra, Stella Artois en Goose Island.

We blijven investeren in het horecasegment, in het bijzonder wat onze luxemerken betreft. Ons aandeel in dit segment groeit op basis van onze schattingen, met sterke resultaten sinds medio 2014.

De Amerikaanse bieropbrengsten per hl stegen met 1,3% in het kwartaal. Dit resultaat werd nadelig beïnvloed met ongeveer 40 basispunten aangezien voorzieningen voor prijspromoties gebaseerd zijn op VAK-volumes en niet op VAG-volumes.

In de VS daalde de EBITDA met 6,5% tot 1 288 miljoen USD in 1Q15 ten gevolge van moeilijk vergelijkbare cijfers voor de VAG. De EBITDA-marge nam met 70 basispunten af tot 39,6%.

PERSBERICHT

Brussel, 6 mei 2015 – 6 / 16



Mexico

Kritieke Prestatie-Indicatoren

Tabel 4. Mexico (miljoen USD)			
	1Q14	1Q15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	8 918	9 105	2,1%
Opbrengsten	1 042	893	8,1%
Genormaliseerde EBITDA	431	417	15,8%
Genormaliseerde EBITDA-marge	41,3%	46,8%	313 bp

Mexico leverde sterke prestaties op het vlak van volume, opbrengsten en EBITDA.

Onze eigen volumes stegen met 2,1% in het kwartaal dankzij sterke prestaties van onze Belangrijkste Merken, die met 4,4% groeiden, en de vroegere timing van Pasen. De sterkste prestaties kwamen van Bud Light en Victoria. Corona kende ook een volumestijging in het kwartaal ondanks heel uitdagende vergelijkbare cijfers in 1Q14 ten gevolge van de FIFA World Cup.

De bieropbrengsten per hl stegen met 5,9% in 1Q15 ten gevolge van onze initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer en de Bud Light merkenmix.

De in het eerste kwartaal gerealiseerde kostensynergieën waren goed voor ongeveer 10 miljoen USD, wat het totaal aan kostenbesparingen tot op heden op ongeveer 740 miljoen USD brengt. Zoals eerder aangegeven, zullen kostensynergieën in 2015 vooral in de tweede helft van het jaar gerealiseerd worden. We houden vast aan ons engagement om 1 miljard USD aan kostensynergieën te realiseren tegen eind 2016, met het merendeel daarvan naar verwachting tegen eind 2015.

In 1Q15 kende de EBITDA in Mexico een stijging met 15,8% tot 417 miljoen USD, waarbij de EBITDA-marge met 313 basispunten toenam tot 46,8%. De EBITDA-stijging was te danken aan de sterke opbrengstengroei, die gedeeltelijk teniet gedaan werd door bijkomende verpakkingskosten voor flessen in verband met een hoger dan verwachte vraag naar Corona wereldwijd.

Brazilië

Kritieke Prestatie-Indicatoren

Tabel 5. Brazilië (miljoen USD)			
	1Q14	1Q15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	29 360	29 295	-0,2%
Bier volumes	21 984	22 079	0,4%
Niet-bier volumes	7 376	7 215	-2,2%
Opbrengsten	2 485	2 271	10,7%
Genormaliseerde EBITDA	1 219	1 189	18,1%
Genormaliseerde EBITDA-marge	49,1%	52,3%	328 bp

Onze totale volumes daalden lichtjes in het kwartaal, maar onze biervolumes stegen met 0,4% onder invloed van een sterke operationele executie en groei van onze premiummerken. We schatten dat ons marktaandeel voor bier stabiel bleef in het kwartaal, aan een gemiddelde van 67,5%. Onze frisdrankvolumes daalden met 2,2% ten gevolge van de zwakke sector, die gedeeltelijk gecompenseerd werd door marktaandeelwinst.

PERSBERICHT

Brussel, 6 mei 2015 – 7 / 16



We boekten sterke resultaten op het vlak van bieropbrengsten per hl in Brazilië met een stijging van 11,0% in het kwartaal ten gevolge van onze initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer, toegenomen eigen distributievolumes en de premiummerkenmix.

We blijven verwachten dat de netto-opbrengsten in Brazilië een gemiddelde tot hoge eencijferige groei zullen kennen in 2015, waarbij onze commerciële focus ligt op het behouden van een gezond evenwicht tussen volume en opbrengsten per hl, gedreven door onze strategieën op het vlak van betaalbaarheid en verpakkingsprijzen in combinatie met een sterke uitvoering op het terrein.

In 1Q15 nam de EBITDA in Brazilië met 18,1% toe tot 1 189 miljoen USD en steeg de marge met 328 basispunten tot 52,3%. Dit resultaat was het gevolg van een sterke opbrengstengroei, die gedeeltelijk teniet gedaan werd door hogere KVG en distributiekosten. De toename van de distributiekosten is het gevolg van een uitbreiding van de eigen distributie, maar die werd meer dan gecompenseerd door de stijging van de netto-opbrengsten.

China

Kritieke Prestatie-Indicatoren

Tabel 6. China (miljoen USD)			
	1Q14	1Q15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	14 413	16 793	4,7%
Opbrengsten	853	997	15,3%
Genormaliseerde EBITDA	174	259	52,6%
Genormaliseerde EBITDA-marge	20,4%	26,0%	677 bp

Onze biervolumes in China stegen in 1Q15 met 4,7%, met een geschatte interne groei van het marktaandeel van ongeveer 100 basispunten, waardoor we een gemiddelde van 16,7% halen in het kwartaal. Ons marktaandeel bedroeg 18,5% wanneer we onze recente overnames meerekenen. We schatten dat de totale sector met ongeveer 2% afnam, als gevolg van een matig economisch klimaat, waarbij de daling vooral in het segment van de Goedkope Merken en in het core-segment plaatsvond.

Onze sterke volumeprestaties waren deels te danken aan een heel succesvolle campagne rond Chinees nieuwjaar. Deze feestelijkheden waren opgebouwd rond het Budweiser-merk en vonden plaats in negen grote steden in China alsook op Times Square in New York. We schatten dat de campagne in de maanden december en januari meer dan 500 miljoen consumenten in China bereikt heeft.

Onze drie Belangrijkste Merken Budweiser, Harbin en Sedrin groeiden met 10,3% in het kwartaal. Bovendien presteerden ook onze innovaties goed, in het bijzonder de Budweiser aluminium fles, waarvan het volume verdubbeld is vergeleken met 1Q14.

De opbrengsten per hl stegen met 10,1% in het kwartaal; de stijging was vooral het gevolg van een betere merkenmix, in het bijzonder Budweiser en Harbin Ice.

De EBITDA in China nam met 52,6% toe en de EBITDA-marge steeg van 20,4% in 1Q14 tot 26,0% in 1Q15, vooral ten gevolge van opbrengstengroei, de timing van onze verkoop- en marketinginvesteringen en een sterk operationeel hefboomeffect.

PERSBERICHT

Brussel, 6 mei 2015 – 8 / 16



Hoogtepunten van onze andere markten

Onze biervolumes in **Argentinië** kenden een lage eencijferige daling ten gevolge van het zwakke consumptieklimaat en licht marktaandeelverlies wegens concurrentiedruk. Quilmes MixxTail Mojito, een in 4Q14 gelanceerde productinnovatie die nauw aansluit bij de biercategorie, blijft het beter doen dan de verwachtingen.

Op basis van onze schattingen kende het volume eigen bieren in **België** een lage eencijferige daling in 1Q15 ten gevolge van een achteruitgang van de sector, die deels gecompenseerd werd door marktaandeelwinst.

In **Canada** kenden onze biervolumes een lage eencijferige stijging in het kwartaal tegen de achtergrond van goede resultaten van de sector. We schatten dat ons marktaandeel stabiel gebleven is.

In **Duitsland** kende het volume eigen bieren een lichte daling, vooral wegens het tijdstip van onze prijsverhoging in het eerste kwartaal. We hebben onlangs een aantal innovaties gelanceerd voor onze Belangrijkste Merken, waaronder een trio nieuwe producten voor Beck's onder de overkoepelende naam "Taste the World", en twee nieuwe alcoholvrije producten voor Franziskaner.

In **Zuid-Korea** daalden de biervolumes met ongeveer 4% in 1Q15, vooral ten gevolge van een naar schatting beperkt marktaandeelverlies tegen moeilijk vergelijkbare cijfers.

In het **Verenigd Koninkrijk** kenden onze eigen producten een daling met ongeveer 7% ten gevolge van een zwakke sector en moeilijk vergelijkbare marktaandeelcijfers.

GECONSOLIDEERDE RESULTATENREKENING

Tabel 7. Geconsolideerde resultatenrekening (miljoen USD)

	1Q14	1Q15	Interne groei
Opbrengsten	10 605	10 453	6,2%
Kostprijs verkochte goederen	-4 287	-4 200	-4,8%
Brutowinst	6 318	6 253	7,2%
Distributiekosten	-1 044	-1 059	-11,0%
Verkoop- en marketingkosten	-1 661	-1 586	-1,3%
Administratieve kosten	-689	-645	-6,3%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	203	250	46,8%
Bedrijfsresultaat (EBIT)			
vóór eenmalige opbrengsten/(kosten)	3 127	3 213	11,8%
Eenmalige opbrengsten/(kosten) boven EBIT	-20	-9	
Netto financiële opbrengsten/ (kosten)	-866	91	
Eenmalige netto financiële opbrengsten/ (kosten)	-31	395	
Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen	8	1	
Belastingen	-419	-593	
Winst	1 799	3 098	
Winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen	427	417	
Winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 372	2 681	
Genormaliseerde EBITDA	3 880	3 967	11,1%
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 416	2 294	

PERSBERICHT

Brussel, 6 mei 2015 – 9 / 16



Opbrengsten

De geconsolideerde opbrengsten stegen in 1Q15 met 6,2%, met een stijging van de opbrengsten per hl van 7,5% zowel op gerapporteerde als op constante geografische basis. Dit resultaat is onder impuls van onze initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer en merkenmix, die het gevolg zijn van de verdere implementatie van onze premiumisatiestrategieën.

Kostprijs Verkochte Goederen (KVG)

De totale KVG steeg met 4,8% en met 6,1% per hl. Deze stijging was vooral het gevolg van negatieve wisselkoersresultaten, in het bijzonder in Brazilië en Argentinië, en hogere afschrijvingskosten van recente investeringen in Brazilië. Bij een constante geografische basis steeg de KVG per hl met 6,4%.

Distributiekosten

De distributiekosten stegen met 11,0% en met 12,3% per hl. Deze stijging was grotendeels het gevolg van de toegenomen eigen distributie in Brazilië, die ruimschoots gecompenseerd werd door de stijging van de netto-opbrengsten, de groei van onze premiummerken, en hogere kosten in Mexico. In Latijns-Amerika Zuid stegen de distributiekosten door hogere brandstofkosten en een stijging van de lonen voor gesyndiceerde werknemers.

Verkoop- en marketinginvesteringen

Onze verkoop- en marketinginvesteringen stegen in 1Q15 met 1,3% ten opzichte van een groei met 16,7% in 1Q14, wat de start weerspiegelde van onze activiteiten binnen het kader van de FIFA World Cup.

Administratiekosten

De administratiekosten stegen met 6,3%, voornamelijk ten gevolge van geografische expansie in China en de timing van bepaalde kosten in Europa.

Overige bedrijfsopbrengsten

De overige bedrijfsopbrengsten bedroegen 250 miljoen USD in 1Q15 vergeleken met 203 miljoen USD in 1Q14. Deze stijging was vooral het gevolg van herhaalde ondersteuningsmaatregelen voor investeringen.

Eenmalige opbrengsten en kosten boven EBIT

Tabel 8. Eenmalige opbrengsten/(kosten) boven EBIT (miljoen USD)		
	1Q14	1Q15
Herstructurering (inclusief bijzondere waardeverminderingen)	-24	-18
Verwervingskosten van bedrijfscombinaties	-12	-
Verkoop van activiteiten en activa (inclusief bijzondere waardeverminderingen)	16	9
Impact op bedrijfsresultaat	-20	-9

Het genormaliseerde bedrijfsresultaat is exclusief 9 miljoen USD aan eenmalige kosten, vooral wegens herstructureringskosten.

PERSBERICHT

Brussel, 6 mei 2015 – 10 / 16



Netto financiële opbrengsten/ (kosten)

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

	1Q14	1Q15
Netto-interestkosten	-441	-408
Netto-interestkosten voor pensioenen	-30	-30
Periode toerekeningkosten	-75	-76
Overige financiële resultaten	-320	605
Netto financiële opbrengsten/ (kosten)	-866	91

De **netto financiële opbrengsten** (exclusief eenmalige netto financiële opbrengsten/kosten) bedroegen 91 miljoen USD in 1Q15 vergeleken met netto financiële kosten van 866 miljoen USD in 1Q14. Deze verbetering was vooral het gevolg van overige financiële resultaten, die in 1Q15 een opbrengst van 757 miljoen USD uit aanpassingen aan marktwaarde omvatten, verbonden met de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's, vergeleken met een kost van 52 miljoen USD in 1Q14. De overige financiële resultaten voor 1Q15 omvatten ook positieve wisselkoersresultaten en andere kosten voor afdekking.

Een overzicht van het aantal eigenvermogensinstrumenten die verbonden zijn met de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's en de start- en slotkoers van het aandeel wordt weergegeven in onderstaande tabel 10.

Tabel 10. Afdekking van op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's

	1Q14	1Q15
Aandelenkoers per begin periode (euro per aandeel)	77,26	93,86
Aandelenkoers per einde periode (euro per aandeel)	76,10	113,80
Aantal eigen-vermogensinstrumenten (miljoen)	28,3	35,4

Eenmalige netto financiële opbrengsten/(kosten)

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

	1Q14	1Q15
Aanpassing aan marktwaarde	-31	395
Overige financiële resultaten	-	-
Eenmalige netto financiële opbrengsten/ (kosten)	-31	395

De **eenmalige netto financiële opbrengsten** bedroegen 395 miljoen USD in 1Q15 in vergelijking met 31 miljoen USD eenmalige netto financiële kosten in 1Q14. Dit is het resultaat 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 hield 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 eigenvermogensinstrumenten die verbonden zijn met de afdekking van het instrument voor uitgestelde aandelen en de start- en slotkoers van het aandeel wordt weergegeven in onderstaande tabel 12.

Tabel 12. Afdekking van uitgestelde aandelen instrumenten

	1Q14	1Q15
Aandelenkoers per begin periode (euro per aandeel)	77,26	93,86
Aandelenkoers per einde periode (euro per aandeel)	76,10	113,80
Aantal uitgestelde aandelen instrumenten (miljoen)	23,1	23,1

PERSBERICHT

Brussel, 6 mei 2015 – 11 / 16



Belastingen

Tabel 13. Belastingen (miljoen USD)

	1Q14	1Q15
Belastingen	419	593
Effectieve Aanslagvoet	19,0%	16,1%
Genormaliseerde Effectieve Aanslagvoet	18,8%	18,0%

In 1Q15 bedroegen de **belastingen** 593 miljoen USD met een genormaliseerde effectieve aanslagvoet (EAV) van 18,0% tegenover 419 miljoen USD aan belastingen in 1Q14 met een genormaliseerde EAV van 18,8%. De genormaliseerde EAV in 1Q15 werd positief beïnvloed door een opbrengst van 757 miljoen USD verbonden met de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's.

Winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen

De winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen daalde van 427 miljoen USD in 1Q14 tot 417 miljoen USD in 1Q15, waarbij sterke bedrijfsresultaten van Ambev teniet gedaan werden door wisselkoersresultaten.

Genormaliseerde winst en winst

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

	1Q14	1Q15
Winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 372	2 681
Eenmalige (opbrengsten) en kosten, na belastingen, toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	13	8
Eenmalige financiële (opbrengsten)/kosten, na belastingen, toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	31	-395
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 416	2 294

De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev steeg van 1 416 miljoen USD in 1Q14 naar 2 294 miljoen USD in 1Q15. Deze stijging is het gevolg van een sterke opbrengstengroei en een gunstige netto financiële opbrengst.

De winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev steeg van 1 372 miljoen USD in 1Q14 naar 2 681 miljoen USD in 1Q15.

Genormaliseerde winst per aandeel

Tabel 15. Winst per aandeel (USD)

	1Q14	1Q15
Gewone winst per aandeel	0,84	1,63
Eenmalige (opbrengsten) en kosten, na belastingen, toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten, per aandeel	0,01	-
Eenmalige financiële (opbrengsten)/kosten, na belastingen, toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten, per aandeel	0,02	-0,23
Winst per aandeel vóór eenmalige (opbrengsten)/kosten	0,87	1,40

De genormaliseerde winst per aandeel (WPA) steeg van 0,87 USD in 1Q14 tot 1,40 USD in 1Q15 en omvat een opbrengst van 757 miljoen USD in 1Q15 uit aanpassingen aan marktwaarde verbonden met de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's, vergeleken met een verlies van 52 miljoen USD in 1Q14.

PERSBERICHT

Brussel, 6 mei 2015 – 12 / 16



Reconciliatie van winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten en genormaliseerde EBITDA

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

	1Q14	1Q15
Winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 372	2 681
Minderheidsbelangen	427	417
Winst	1 799	3 098
Belastingen	419	593
Aandeel in het resultaat van geassocieerde ondernemingen	-8	-1
Netto financiële (opbrengsten)/ kosten	866	-91
Eenmalige netto financiële (opbrengsten)/ kosten	31	-395
Eenmalige (opbrengsten)/kosten boven EBIT (inclusief eenmalige bijzondere waardeverminderingen)	20	9
Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige (opbrengsten)/kosten	3 127	3 213
Afschrijvingen en bijzondere waardeverminderingen	753	754
Genormaliseerde EBITDA	3 880	3 967

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

Uitgifte van obligaties

Op 13 april 2015 heeft Anheuser-Busch InBev SA/NV (Euronext: ABI) (NYSE: BUD) aangekondigd dat ze de prijsbepaling voltooid had van een totaal hoofdbedrag van 750 miljoen euro aan obligaties met variabele rentevoet die vervallen op 19 oktober 2018, een totaal hoofdbedrag van 1 miljard euro aan vastrentende obligaties die vervallen op 20 april 2023, en een totaal hoofdbedrag van 1,25 miljard euro aan vastrentende obligaties die vervallen op 18 april 2030 (gezamenlijk de "obligaties" genoemd). De obligaties werden uitgegeven op 20 april 2015. De vastrentende obligaties hebben een jaarlijkse rentevoet van 0,8000% voor de obligaties die vervallen in 2023 en 1,5000% voor de obligaties die vervallen in 2030. De obligaties met variabele rentevoet die in 2018 vervallen, hebben een jaarlijkse rentevoet van 25 basispunten boven de drie-maanden EURIBOR.

PERSBERICHT

Brussel, 6 mei 2015 – 13 / 16



OPMERKINGEN

De gerapporteerde cijfers van AB InBev voor 1Q15 en 1Q14 zijn gebaseerd op de niet-geauditeerde geconsolideerde tussentijdse financiële staten, opgesteld in overeenstemming met IFRS. Tenzij anders vermeld, zijn de cijfers gepresenteerd in miljoenen 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 opbrengsten of 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 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.

AB InBev maakte op 1 april 2014 een einde aan de rapportering van onder de tijdelijke leveringsovereenkomst (TLO) aan Constellation Brands verkochte volumes, aangezien die volumes geen deel uitmaken van de onderliggende prestaties van ons bedrijf. De aan de TLO gerelateerde volumes voor 1Q14 werden daarom gerapporteerd als een negatieve scope.

De winst per aandeel voor 1Q15 is gebaseerd op een gewogen gemiddelde van 1 642 miljoen aandelen, vergeleken met 1 631 miljoen aandelen voor 1Q14.

Wettelijke disclaimer

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 24 maart 2015. 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.

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 2015 (1Q15) 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 2015; 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 gegevens 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 2015 (met uitzondering van de volume-informatie).

PERSBERICHT

Brussel, 6 mei 2015 – 14 / 16



TELEFONISCHE CONFERENTIE EN WEBCAST

Telefonische conferentie en webcast voor investeerders op woensdag 6 mei 2015:

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

Registratiegegevens

Webcast (enkel luisteren)

<http://event.on24.com/r.htm?e=933888&s=1&k=A666A5BE94299E9FE1783D65F84621BB>

Telefonische conferentie (met interactieve V&A)

<http://www.directeventreg.com/registration/event/77038650>

CONTACTPERSONEN ANHEUSER-BUSCH INBEV

Media

Marianne Amssoms

Tel: +1-212-573-9281

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

Karen Couck

Tel: +1-212-573-9283

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

Kathleen Van Boxelaer

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

E-mail: kathleen.vanboxelaer@ab-inbev.com

Investeerders

Graham Staley

Tel: +1-212-573-4365

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

Christina Caspersen

Tel: +1-212-573-4376

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

Heiko Vulsieck

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

E-mail: heiko.vulsieck@ab-inbev.com

Over Anheuser-Busch InBev

Anheuser-Busch InBev is een beursgenoteerd bedrijf (Euronext: ABI) met hoofdzetel in Leuven, België, en een tweede notering op de New York Stock Exchange (NYSE: BUD) via American Depositary Receipts. 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. Ons portfolio omvat onder andere de wereldwijde merken Budweiser®, Corona® en Stella Artois®; de internationale merken 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 ongeveer 155 000 medewerkers, die in vestigingen in 25 landen wereldwijd tewerk gesteld worden. In 2014 realiseerde AB InBev 47,1 miljard USD aan opbrengsten. Het doel van de onderneming is het Beste Bierbedrijf te zijn dat Mensen Samenbrengt voor een Betere Wereld. Kom meer te weten op ab-inbev.com, op facebook.com/ABInBev of op Twitter @ABInBevNews.

PERSBERICHT

Brussel, 6 mei 2015 – 15 / 16



Bijlage 1						
AB InBev Wereldwijd	1Q14	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	105 993	2 622	-	-1 253	107 363	-1,2%
waarvan AB InBev eigen bieren	93 710	2 275	-	-896	95 089	-1,0%
Opbrengsten	10 605	197	-1 001	652	10 453	6,2%
Kostprijs verkochte goederen	-4 287	-87	377	-202	-4 200	-4,8%
Brutowinst	6 318	110	-624	450	6 253	7,2%
Distributiekosten	-1 044	-18	117	-113	-1 059	-11,0%
Verkoop- en marketingkosten	-1 661	-72	167	-22	-1 586	-1,3%
Administratieve kosten	-689	10	76	-42	-645	-6,3%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	203	-5	-41	93	250	46,8%
Genormaliseerde EBIT	3 127	25	-305	365	3 213	11,8%
Genormaliseerde EBITDA	3 880	47	-388	429	3 967	11,1%
Genormaliseerde EBITDA-marge	36,6%				38,0%	170 bp
Noord-Amerika	1Q14	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	28 919	13	-	-1 606	27 326	-5,6%
Opbrengsten	3 783	-	-39	-142	3 601	-3,8%
Kostprijs verkochte goederen	-1 544	-	10	60	-1 475	3,9%
Brutowinst	2 238	-	-30	-82	2 126	-3,7%
Distributiekosten	-317	-	9	-7	-316	-2,3%
Verkoop- en marketingkosten	-517	-	7	10	-500	1,8%
Administratieve kosten	-130	-	2	2	-126	1,2%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	14	1	-	1	16	7,3%
Genormaliseerde EBIT	1 288	1	-11	-77	1 200	-6,0%
Genormaliseerde EBITDA	1 469	1	-12	-77	1 381	-5,2%
Genormaliseerde EBITDA-marge	38,8%				38,3%	-60 bp
Mexico	1Q14	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	8 918	-	-	187	9 105	2,1%
Opbrengsten	1 042	-115	-109	75	893	8,1%
Kostprijs verkochte goederen	-332	65	30	-6	-244	-2,4%
Brutowinst	711	-50	-79	68	649	10,4%
Distributiekosten	-107	12	12	-13	-97	-13,8%
Verkoop- en marketingkosten	-213	15	21	7	-171	3,4%
Administratieve kosten	-119	6	13	-3	-103	-2,5%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	54	-4	-6	8	52	16,4%
Genormaliseerde EBIT	326	-23	-40	67	330	22,2%
Genormaliseerde EBITDA	431	-26	-51	64	417	15,8%
Genormaliseerde EBITDA-marge	41,3%				46,8%	313 bp
Latijns-Amerika Noord	1Q14	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	30 981	6	-	295	31 282	1,0%
Opbrengsten	2 661	-	-486	313	2 489	11,8%
Kostprijs verkochte goederen	-882	-	155	-91	-819	-10,3%
Brutowinst	1 780	-	-331	222	1 670	12,5%
Distributiekosten	-330	-	64	-55	-321	-16,5%
Verkoop- en marketingkosten	-325	-	57	-28	-296	-8,5%
Administratieve kosten	-137	-	25	-17	-129	-12,8%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	107	-	-35	96	168	89,0%
Genormaliseerde EBIT	1 094	-	-220	218	1 092	19,9%
Genormaliseerde EBITDA	1 265	-	-254	256	1 267	20,2%
Genormaliseerde EBITDA-marge	47,5%				50,9%	360 bp

PERSBERICHT

Brussel, 6 mei 2015 – 16 / 16



Bijlage 1						
Latijns-Amerika Zuid	1Q14	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	10 210	192	-	-310	10 092	-3,0%
Opbrengsten	791	16	-95	206	918	25,5%
Kostprijs verkochte goederen	-269	-8	36	-90	-331	-32,3%
Brutowinst	522	7	-59	116	587	21,9%
Distributiekosten	-76	-1	10	-16	-83	-21,1%
Verkoop- en marketingkosten	-86	-	10	-19	-95	-22,0%
Administratieve kosten	-28	-	3	-7	-32	-25,1%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	-6	1	1	-1	-5	-13,8%
Genormaliseerde EBIT	326	7	-34	73	372	21,9%
Genormaliseerde EBITDA	366	7	-39	82	417	22,0%
Genormaliseerde EBITDA-marge	46,3%				45,4%	-128 bp
Europa	1Q14	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	8 766	54	-	-523	8 296	-5,9%
waarvan AB InBev eigen bieren	8 413	54	-	-500	7 967	-5,9%
Opbrengsten	985	4	-215	1	775	0,1%
Kostprijs verkochte goederen	-458	-4	108	12	-342	2,6%
Brutowinst	527	1	-108	13	433	2,5%
Distributiekosten	-109	-1	24	-1	-86	-1,1%
Verkoop- en marketingkosten	-247	-	58	-5	-193	-1,9%
Administratieve kosten	-89	-	23	-14	-80	-16,0%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	1	-	1	-1	1	-
Genormaliseerde EBIT	84	-1	-1	-8	75	-9,8%
Genormaliseerde EBITDA	193	-	-27	-11	154	-5,9%
Genormaliseerde EBITDA-marge	19,6%				19,9%	-118 bp
Azië	1Q14	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	14 487	4 566	-	703	19 757	4,8%
Opbrengsten	858	328	-24	131	1 294	15,5%
Kostprijs verkochte goederen	-468	-157	12	-37	-650	-7,8%
Brutowinst	390	171	-12	95	644	25,1%
Distributiekosten	-68	-30	2	-11	-107	-16,3%
Verkoop- en marketingkosten	-203	-87	5	5	-280	2,6%
Administratieve kosten	-76	5	2	-7	-77	-11,9%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	23	-	-	-11	11	-49,7%
Genormaliseerde EBIT	66	58	-3	70	191	-
Genormaliseerde EBITDA	173	84	-6	90	340	51,7%
Genormaliseerde EBITDA-marge	20,1%				26,3%	645 bp
Globale Export en Holdingmaatschappijen	1Q14	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	3 712	-2 209	-	2	1 504	0,1%
Opbrengsten	484	-36	-33	68	483	15,2%
Kostprijs verkochte goederen	-334	18	27	-50	-339	-15,8%
Brutowinst	150	-19	-6	18	144	13,8%
Distributiekosten	-38	2	-4	-10	-50	-27,2%
Verkoop- en marketingkosten	-68	1	8	8	-51	11,6%
Administratieve kosten	-111	-	8	5	-97	4,6%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	10	-2	-1	1	8	19,0%
Genormaliseerde EBIT	-56	-18	5	23	-46	30,6%
Genormaliseerde EBITDA	-18	-18	1	24	-10	68,9%