

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 tweede kwartaal en de eerste helft van 2015

Hoogtepunten

Tenzij anders aangegeven, zijn onderstaande toelichtingen gebaseerd op interne groeicijfers en verwijzen ze naar 2Q15 en HY15 vergeleken met dezelfde periode vorig jaar. Zie pagina 16 voor belangrijke opmerkingen en disclaimers.

- **Opbrengsten:** In 2Q15 stegen de opbrengsten met 4,1%, met een sterke groei van de opbrengsten per hl met 6,5%, ten gevolge van onze initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer en premiumisatie. Bij een constante geografische basis stegen de opbrengsten per hl met 7,1%. In HY15 stegen de opbrengsten met 5,1%, waarbij de opbrengsten per hl zowel intern als bij een constante geografische basis toenamen met 7,0%.
- **Volume:** In 2Q15 namen de totale volumes met 2,2% af, waarbij het biervolume met 2,1% daalde en het volume niet-bieren een daling van 2,9% kende. De daling van het biervolume was vooral het gevolg van moeilijk vergelijkbare cijfers door de FIFA World Cup, in het bijzonder voor Brazilië en Europa, en uitdagende handelsomstandigheden in verschillende landen, gedeeltelijk gecompenseerd door goede volumegroei in Mexico en Latijns-Amerika Zuid. In HY15 namen de totale volumes met 1,7% af, waarbij het volume eigen bieren met 1,6% daalde en het volume niet-bieren een daling van 3,0% kende.
- **Belangrijkste Merken:** Onze Belangrijkste Merken kenden een volumedaling van 2,0% in 2Q15 en van 1,1% in HY15. De volumes van onze drie wereldwijde merken kenden een groei van 6,4% in het kwartaal, met een groei voor Budweiser met 6,0%, voor Corona met 7,8% en voor Stella Artois met 4,9%. Onze wereldwijde merken groeiden met 5,6% in HY15.
- **Kostprijs Verkochte Goederen (KVG):** In 2Q15 steeg de KVG met 4,8%, en met 7,2% per hl. De stijging werd deels veroorzaakt door een eenmalige opbrengst van 57 miljoen USD gerapporteerd in 2Q14, die te danken was aan de vrijval van de voorziening voor medische kosten van voorgaande jaren in de VS. Bij een constante geografische basis steeg de KVG per hl met 7,4% in het kwartaal. In HY15 steeg de KVG met 4,8%, en met 6,6% per hl. Bij een constante geografische basis steeg de KVG per hl in HY15 met 6,4%.
- **EBITDA** nam in 2Q15 toe met 4,6% tot 4 156 miljoen USD met een margeverbetering van 17 basispunten, vooral ten gevolge van een opbrengstengroei en de timing van onze verkoop- en marketinginvesteringen. In HY15 steeg de EBITDA met 7,6% waarbij de EBITDA-marge met 88 basispunten toenam.
- **Netto financiële kosten:** De netto financiële kosten (exclusief eenmalige netto financiële opbrengsten/kosten) bedroegen 554 miljoen USD in 2Q15 vergeleken met 382 miljoen USD in 2Q14. Deze stijging was hoofdzakelijk het gevolg van overige financiële resultaten die een negatieve aanpassing aan marktwaarde van 139 miljoen USD in 2Q15 omvatten, met betrekking tot de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's, vergeleken met een winst van 344 miljoen USD in 2Q14, gedeeltelijk gecompenseerd door positieve wisselkoersresultaten en lagere interestkosten. De netto financiële kosten bedroegen 463 miljoen USD in HY15 tegenover 1 248 miljoen USD in HY14.
- **Belastingen:** In 2Q15 bedroegen de belastingen 532 miljoen USD met een genormaliseerde effectieve aanslagvoet (EAV) van 17,2% tegenover 647 miljoen USD aan belastingen in 2Q14 met een genormaliseerde EAV van 18,1%. De genormaliseerde EAV voor HY15 bedroeg 17,6% tegenover 18,4% in HY14.
- **Winst:** De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev bedroeg 1 984 miljoen USD in 2Q15, in vergelijking met 2 614 miljoen USD in 2Q14, waarbij de interne EBITDA-groei meer dan gecompenseerd werd door ongunstige valuta-omrekeningseffecten, de hieronder beschreven aanpassing van de EBITDA-scope en hogere netto financiële kosten. De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev bedroeg 4 278 miljoen USD in HY15, in vergelijking met 4 030 miljoen USD in HY14.
- **Winst per aandeel:** De genormaliseerde winst per aandeel (WPA) daalde van 1,60 USD in 2Q14 tot 1,21 USD in 2Q15, en steeg van 2,47 USD in HY14 tot 2,61 USD in HY15.
- **Wijzigingen in de EBITDA-scope:** De resultaten van 2Q14 omvatten een eenmalige positieve boekhoudkundige aanpassing van 223 miljoen USD, resulterend uit een actuariële herberekening van

PERSBERICHT

Brussel, 30 juli 2015 – 2 / 21



toekomstige verplichtingen onder onze gezondheidszorgregelingen voor gepensioneerden in de VS. Deze wijziging werd als een positieve scopeverandering onder overige bedrijfsopbrengsten gerapporteerd in de resultaten van Noord-Amerika, waardoor deze niet werd opgenomen in de interne groei. Dienovereenkomstig werd een negatieve scopeverandering voor hetzelfde bedrag gerapporteerd in 2Q15.

- **Terugkoopplan van eigen aandelen:** Het op 26 februari 2015 aangekondigde terugkoopplan van eigen aandelen voor een bedrag van één miljard USD werd op 22 juni 2015 afgerond. De verworven aandelen vervullen onze onmiddellijke verplichtingen in het kader van de aandelen- en aandelenoptieplannen.
- **Halfjaarlijks Financieel Rapport 2015:** Het verslag is beschikbaar op onze website www.ab-inbev.com.

Tabel 1. Geconsolideerde resultaten (miljoen USD)

		2Q14	2Q15	Interne groei
Volumes (duizend hls)		119 002	116 799	-2,2%
	AB InBev eigen bieren	107 122	105 409	-2,1%
	Niet-biervolumes	10 838	10 521	-2,9%
	Producten van derden	1 042	869	-2,3%
Opbrengsten		12 201	11 052	4,1%
Brutowinst		7 334	6 590	3,7%
Brutomarge		60,1%	59,6%	-26 bp
Genormaliseerde EBITDA		4 851	4 156	4,6%
Genormaliseerde EBITDA-marge		39,8%	37,6%	17 bp
Genormaliseerde EBIT		4 054	3 382	3,4%
Genormaliseerde EBIT-marge		33,2%	30,6%	-22 bp
Winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten		2 818	1 929	
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten		2 614	1 984	
Winst per aandeel (USD)		1,73	1,18	
Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten) (USD)		1,60	1,21	
		HY14	HY15	Interne groei
Volumes (duizend hls)		224 995	224 162	-1,7%
	AB InBev eigen bieren	200 832	200 498	-1,6%
	Niet-biervolumes	22 670	21 995	-3,0%
	Producten van derden	1 493	1 669	-1,5%
Opbrengsten		22 806	21 505	5,1%
Brutowinst		13 652	12 843	5,3%
Brutomarge		59,9%	59,7%	12 bp
Genormaliseerde EBITDA		8 731	8 123	7,6%
Genormaliseerde EBITDA-marge		38,3%	37,8%	88 bp
Genormaliseerde EBIT		7 181	6 595	7,2%
Genormaliseerde EBIT-marge		31,5%	30,7%	61 bp
Winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten		4 190	4 610	
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten		4 030	4 278	
Winst per aandeel (USD)		2,57	2,81	
Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten) (USD)		2,47	2,61	

PERSBERICHT

Brussel, 30 juli 2015 – 3 / 21



Tabel 2. Volumes (duizend hl)

	2Q14	Scope	Interne groei	2Q15	Totale interne groei volume	Volume eigen bieren
Noord-Amerika	31 602	-244	-269	31 089	-0,9%	-0,9%
Mexico	10 458	-	428	10 886	4,1%	4,1%
Latijns-Amerika Noord	29 385	5	-1 913	27 478	-6,5%	-7,3%
Latijns-Amerika Zuid	7 214	145	405	7 764	5,5%	8,7%
Europa	13 468	-94	-1 013	12 361	-7,6%	-7,5%
Azië	25 047	873	-391	25 529	-1,6%	-1,6%
Globale Export en Holdingmaatschappijen	1 827	-276	141	1 692	9,1%	9,1%
AB InBev Wereldwijd	119 002	410	-2 612	116 799	-2,2%	-2,1%

	HY14	Scope	Interne groei	HY15	Totale interne groei volume	Volume eigen bieren
Noord-Amerika	60 521	-231	-1 875	58 416	-3,1%	-3,2%
Mexico	19 376	-	615	19 991	3,2%	3,2%
Latijns-Amerika Noord	60 366	12	-1 618	58 759	-2,7%	-2,7%
Latijns-Amerika Zuid	17 424	338	95	17 857	0,5%	3,2%
Europa	22 234	-41	-1 536	20 657	-6,9%	-6,8%
Azië	39 535	5 439	312	45 286	0,8%	0,8%
Globale Export en Holdingmaatschappijen	5 539	-2 485	143	3 197	4,7%	4,7%
AB InBev Wereldwijd	224 995	3 032	-3 865	224 162	-1,7%	-1,6%

COMMENTAAR VAN HET MANAGEMENT

Het tweede kwartaal was uitdagend, met moeilijk vergelijkbare cijfers door de FIFA World Cup en moeilijke economische omstandigheden in een aantal van onze markten. Ongunstige weersomstandigheden, vooral in de VS en China, deden de druk nog toenemen. Niettemin zijn we het tweede semester gestart met dynamiek achter onze merken en commerciële initiatieven en we verwachten de opbrengstengroei te versnellen in het resterende deel van het jaar, vergeleken met het eerste halfjaar.

Sterke groei van de opbrengsten per hl van 6,5% en sterke volumegroei in Mexico en Latijns-Amerika Zuid hebben bijgedragen tot een stijging van 4,1% van onze opbrengsten tijdens het kwartaal.

De biervolumes daalden met 2,1% in het kwartaal:

- (i) Onze drie wereldwijde merken boekten zeer sterk resultaten in 2Q15, met een stijging van de volumes met 6,4%. Dit resultaat was vooral te danken aan Corona met een groei van 7,8%, hoofdzakelijk in Brazilië, Canada, het VK en onze wereldwijde exportmarkten. Budweiser kende een groei van 6,0%, met een bijzonder sterke groei in China, terwijl Stella Artois een stijging van 4,9% kende, hoofdzakelijk als gevolg van de sterke groei in de VS, Argentinië, Canada en het VK.
- (ii) In de VS daalde de verkoop aan groothandelaars (VAG) met 1,1%. De verkoop aan kleinhandelaars (VAK) daalde met 2,2% als gevolg van ongunstige weersomstandigheden in belangrijke markten en beperkt marktaandeelverlies. De volumetrends voor Budweiser waren zeer bemoedigend en ook onze "above premium"-merken boekten sterke resultaten. De merkgezondheid van Bud Light blijft erop vooruitgaan.
- (iii) Mexico kende dit kwartaal opnieuw een sterke groei, met een stijging van de volumes met 4,1%, ondanks de vroegere timing van Pasen dit jaar en het voordeel van de FIFA World Cup in 2Q14.
- (iv) Onze biervolumes in Brazilië daalden met 8,6%, ten gevolge van zeer moeilijk vergelijkbare cijfers door de FIFA World Cup, die verantwoordelijk was voor ongeveer 5,5 procentpunten van de daling, en een ongunstig macro-economisch klimaat.
- (v) In China leidden slechte weersomstandigheden in het hele land en economische tegenwind tot een daling van de sectorvolumes in het kwartaal. Onze eigen volumes bleven in essentie stabiel dankzij onze mix van premiummerken met, volgens onze schattingen, een verdere marktaandeelwinst.

De verkoop- en marketinginvesteringen stegen met 1,2% in het kwartaal, bovenop de toename van 9,9% in 2Q14, die onze FIFA World Cup-activaties weerspiegelde. We blijven ons engageren om te investeren in de ontwikkeling van onze merken en wereldwijde platforms om zo bij te dragen tot opbrengstengroei op

PERSBERICHT

Brussel, 30 juli 2015 – 4 / 21



lange termijn. We blijven verwachten dat de verkoop- en marketinginvesteringen een gemiddelde tot hoge eencijferige groei zullen kennen in FY15.

De geconsolideerde EBITDA steeg met 4,6% in het kwartaal, en de marge nam met 17 basispunten toe tot 37,6%.

VOORUITZICHTEN VOOR 2015

(i) **Volume en opbrengsten:**

- In de VS: We verwachten een verbetering van de sectorvolumes in FY15 in vergelijking met 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 in FY15 zullen blijven groeien 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: Het slechte weer en economische tegenwind zorgden voor een uitdagende eerste zes maanden voor de biersector. We verwachten echter dat de sectorvolumes in de tweede helft van het jaar opnieuw groei zullen kennen. We verwachten dat onze opbrengsten per hl door de gunstige merkenmix gedreven blijven worden.
- Heel AB InBev: 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.

(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 ongunstige wisselkoersresultaten (voornamelijk BRL/USD), gedeeltelijk gecompenseerd door gunstige wereldwijde grondstofprijzen, besparingen bij aankoopactiviteiten en efficiëntiewinsten.

(iii) **Distributiekosten per hl:** We verwachten dat de distributiekosten per hl een gemiddelde eencijferige interne groei zullen kennen.

(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 de periodotoerekeningskosten zullen naar verwachting bij benadering respectievelijk circa 35 en 80 miljoen USD per kwartaal bedragen. De overige financiële resultaten zullen invloed blijven ondervinden van eventuele winsten en verliezen verbonden met de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's.

(vi) **Effectieve aanslagvoet:** We passen onze verwachtingen voor de genormaliseerde EAV in FY15 aan van een percentage tussen 22 en 24% naar een percentage tussen 20% en 22%. We verwachten dat de genormaliseerde EAV tussen 22% en 25% zal liggen voor de periode 2016-2018, en daarna tussen 25% en 27%. We sluiten nog steeds de impact van toekomstige winsten en verliezen verbonden met de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's uit 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 onze 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 de euro.

OVERZICHT VAN DE BEDRIJFSACTIVITEITEN

Verenigde Staten

Kritieke Prestatie-Indicatoren

Tabel 3. Verenigde Staten (miljoen USD)

	2Q14	2Q15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	28 910	28 355	-1,1%
Opbrengsten	3 664	3 600	0,1%
Genormaliseerde EBITDA	1 810	1 450	-6,9%
Genormaliseerde EBITDA-marge	49,4%	40,3%	-303 bp
	HY14	HY15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	56 047	53 860	-3,5%
Opbrengsten	7 084	6 856	-2,3%
Genormaliseerde EBITDA	3 187	2 738	-6,7%
Genormaliseerde EBITDA-marge	45,0%	39,9%	-189 bp

In de **Verenigde Staten** schatten we dat de VAK voor de sector gedaald is met 1,0% in 2Q15 en met 0,8% in HY15. Onze eigen VAK daalde met 2,2% in het kwartaal en met 1,9% in HY15. We schatten dat ons totale marktaandeel, gebaseerd op de VAK, met ongeveer 55 basispunten is gedaald in 2Q15, en met ongeveer 50 basispunten in HY15.

Onze VAG daalde met 1,1% in het kwartaal, en met 3,5% in HY15. We blijven verwachten dat onze VAK en VAG naar elkaar toe zullen evolueren op jaarbasis.

De VAK voor Bud Light kende zowel in 2Q15 als in HY15 een lage eencijferige daling, waarbij het marktaandeel van het merk binnen het segment van de premium lightbieren op basis van onze schattingen in essentie stabiel bleef in de eerste zes maanden van het jaar. We schatten dat het aandeel van Bud Light in de gehele markt met ongeveer 35 basispunten is gedaald in 2Q15, en met 30 basispunten in HY15. De indicatoren voor de gezondheid van het merk Bud Light blijven verbeteren, in het bijzonder bij jongvolwassenen, onder impuls van onze "Up For Whatever"-campagne.

Budweiser leverde één van de beste resultaten van de voorbije jaren wat volume en marktaandeel betreft, dankzij de sterke marktprogramma's die de nadruk leggen op de kwaliteit en de lange traditie van het merk. De VAK van Budweiser kende in het kwartaal een lage eencijferige daling, en het aandeel van het merk in de gehele markt daalde volgens onze schattingen met ongeveer 15 basispunten, zowel in het kwartaal als in HY15.

Onze portfolio van "above premium"-merken zet een sterke prestatie neer. Volgens onze schattingen is hun totale marktaandeel met ongeveer 35 basispunten gestegen tijdens het kwartaal, en met 25 basispunten in HY15. De beste prestaties werden geleverd door Michelob Ultra, Stella Artois en Goose Island, die allen een tweecijferige volume groei kenden in het kwartaal. Deze goede prestaties werden gedeeltelijk teniet gedaan door de Rita's, die met sterke concurrentiedruk te kampen hebben.

De VAK voor onze sub-premiummerken kende zowel in 2Q15 als in HY15 een lage eencijferige daling, waarbij het totale marktaandeel in beide periodes volgens onze schatting met ongeveer 25 basispunten afnam. We schatten dat we in de eerste zes maanden van het jaar aandeel binnen het segment gewonnen hebben.

De Amerikaanse bieropbrengsten per hl stegen met 1,2% in het kwartaal, waarbij de bijdrage van de merkenmix beneden onze verwachtingen bleef, hoofdzakelijk als gevolg van de prestaties van de Rita's.

De EBITDA in de VS kende een interne daling van 6,9% in 2Q15, waarvan meer dan de helft veroorzaakt werd door een eenmalige opbrengst van 57 miljoen USD gerapporteerd in 2Q14, die te danken was aan de vrijval van de voorziening voor medische kosten van voorgaande jaren in de VS.

PERSBERICHT

Brussel, 30 juli 2015 – 6 / 21



De EBITDA-marge kende een interne daling met ongeveer 300 basispunten tot 40,3%. In HY15 daalde de EBITDA met 6,7%, met een EBITDA-marge van 39,9%.

De resultaten van 2Q14 in de VS omvatten een eenmalige positieve boekhoudkundige aanpassing van 223 miljoen USD, resulterend uit een actuariële herberekening van toekomstige verplichtingen onder onze gezondheidszorgregelingen voor gepensioneerden in de VS. Deze wijziging werd als een positieve scope onder overige bedrijfsopbrengsten gerapporteerd, waardoor deze niet werd opgenomen in de interne groei. Dienovereenkomstig werd een negatieve scope voor hetzelfde bedrag gerapporteerd in 2Q15.

De overeenkomsten met Crown Imports voor de distributie van Grupo Modelo-producten via sommige eigen distributeurs in de VS, en met Monster, voor de distributie van diens merken via het distributiesysteem van Anheuser-Busch, werden beëindigd. De impact van deze beëindigingen op de bedrijfsresultaten van 2Q15 werd als scopewijzigingen in Noord-Amerika opgenomen, en dus niet in de interne groei opgenomen.

Mexico

Kritieke Prestatie-Indicatoren

Tabel 4. Mexico (miljoen USD)			
	2Q14	2Q15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	10 458	10 886	4,1%
Opbrengsten	1 297	1 055	7,9%
Genormaliseerde EBITDA	631	569	14,4%
Genormaliseerde EBITDA-marge	48,7%	53,9%	308 bp
	HY14	HY15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	19 376	19 991	3,2%
Opbrengsten	2 339	1 948	8,0%
Genormaliseerde EBITDA	1 062	986	15,0%
Genormaliseerde EBITDA-marge	45,4%	50,6%	310 bp

Onze volumes in Mexico stegen met 4,1% in 2Q15 ondanks een vroegere paasvakantie dit jaar, die de volumes in 1Q15 ten goede kwam, en het voordeel dat we in 2Q14 door de FIFA World Cup behaalden. Onze Belangrijkste Merken, die bijna 90% van ons totale volume vertegenwoordigen, blijven sneller groeien dan de totale portfolio, met een stijging van 6,1% tijdens het kwartaal. Vooral de volumes van Bud Light en Victoria groeiden sterk.

De opbrengsten stegen in het kwartaal met 7,9% en de bieropbrengsten per hl kenden een groei van 3,5%, onder impuls van onze initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer en de positieve merkenmix van Bud Light.

De in het tweede kwartaal gerealiseerde kostensynergieën waren goed voor ongeveer 30 miljoen USD, wat het totaal aan kostenbesparingen tot op heden op ongeveer 770 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 2Q15 kende de EBITDA in Mexico een stijging met 14,4% tot 569 miljoen USD, waarbij de EBITDA-marge met meer dan 300 basispunten toenam tot 53,9%. De stijging van de EBITDA was het resultaat van een sterke opbrengstengroei en de realisatie van kostensynergieën. In HY15 steeg de EBITDA in Mexico met 15,0%, met een stijging van de EBITDA-marge tot 50,6%.

Brazilië

Kritieke Prestatie-Indicatoren

Tabel 5. Brazilië (miljoen USD)			
	2Q14	2Q15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	27 484	25 317	-7,9%
Bier volumes	20 234	18 501	-8,6%
Niet-bier volumes	7 249	6 817	-6,0%
Opbrengsten	2 342	1 759	4,0%
Genormaliseerde EBITDA	1 045	818	9,3%
Genormaliseerde EBITDA-marge	44,6%	46,5%	229 bp
	HY14	HY15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	56 844	54 612	-3,9%
Bier volumes	42 219	40 580	-3,9%
Niet-bier volumes	14 625	14 032	-4,1%
Opbrengsten	4 827	4 030	7,4%
Genormaliseerde EBITDA	2 265	2 007	14,0%
Genormaliseerde EBITDA-marge	46,9%	49,8%	289 bp

De volumes in Brazilië kwamen tijdens het kwartaal onder druk te staan, door moeilijk vergelijkbare cijfers ten gevolge van de FIFA World Cup en een ongunstig macro-economisch klimaat. In het kwartaal daalde ons totaal volume met 7,9%, daalde ons biervolume met 8,6% en kende ons volume frisdranken een daling van 6,0%. We schatten dat de World Cup verantwoordelijk was voor ongeveer 5,5 procentpunten van de daling van ons biervolume in het kwartaal. De volumes van onze premiummerken en onze merken die nauw aansluiten bij de biercategorie blijven het zeer goed doen, met resultaten in de eerste zes maanden die veel beter zijn dan vorig jaar, onder impuls van Budweiser en Skol Beats Senses.

We schatten dat ons biermarktaandeel in het kwartaal is gedaald en nu 67,6% bedraagt, na een sterke prestatie qua aandeel in 2Q14 onder impuls van onze FIFA World Cup-campagne.

De Braziliaanse bieropbrengsten per hl stegen in het kwartaal met 15,0%, dankzij onze initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer, de toegenomen eigen distributievolumes en de premiummerkenmix. We konden ook rekenen op makkelijk vergelijkbare cijfers, met een groei van de bieropbrengsten per hl van slechts 3,8% in 2Q14 als gevolg van promotionele acties in het kader van de FIFA World Cup.

We blijven aan marktaandeel winnen in de frisdrankensector en bereikten naar onze schatting het hoogste marktaandeel ooit in het kwartaal, namelijk 19,6%, onder impuls van sterke prestaties van Pepsi en Guaraná Antartica.

Het macro-economische klimaat is uitdagend en in deze context ligt onze commerciële focus op het behouden van een gezond evenwicht tussen volumes en opbrengsten per hl, gedreven door onze strategieën op het vlak van betaalbaarheid en verpakkingsprijzen, in combinatie met een gedisciplineerde uitvoering op het terrein. Onze vooruitzichten dat de netto-opbrengsten in Brazilië een gemiddelde tot hoge eencijferige groei zullen kennen in FY15 blijven onveranderd.

De EBITDA in Brazilië nam in het kwartaal fors toe met 9,3% tot 818 miljoen USD, met een stijging van de marge met 229 basispunten tot 46,5%. Dit resultaat was het gevolg van een opbrengstengroei en makkelijk vergelijkbare cijfers op het vlak van verkoop en marketing ten gevolge van de FIFA World Cup, gedeeltelijk tenietgedaan door een stijging van de administratieve kosten als gevolg van de timing van de voorzieningen voor variabele compensatie.

China

Kritieke Prestatie-Indicatoren

Tabel 6. China (miljoen USD)			
	2Q14	2Q15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	21 146	21 952	-0,3%
Opbrengsten	1 082	1 167	6,2%
Genormaliseerde EBITDA	269	309	12,1%
Genormaliseerde EBITDA-marge	24,8%	26,5%	139 bp
	HY14	HY15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	35 559	38 745	1,7%
Opbrengsten	1 935	2 164	10,2%
Genormaliseerde EBITDA	443	568	28,0%
Genormaliseerde EBITDA-marge	22,9%	26,3%	378 bp

We schatten dat de totale sectorvolumes met ongeveer 6,5% daalden in het kwartaal en met 4,5% in HY15, waarbij de daling vooral in het segment van de goedkope merken en in het core-segment voelbaar was.

Onze biervolumes bleven in essentie stabiel in het kwartaal, en stegen met 1,7% in HY15. We schatten dat ons marktaandeel in het kwartaal met ongeveer 100 basispunten is gestegen tot 18,0%.

Drie van de Belangrijkste Merken, Budweiser, Harbin en Sedrin, groeiden met 3,5% in het kwartaal, waarbij de tweecijferige groei van Budweiser aanhield. We blijven investeren in de leidende positie van Budweiser in het internationale segment van de premiummerken en hebben de ondersteuning van onze kwaliteitscampagne "Brewed the Hard Way since 1876" opgedreven.

De opbrengsten per hl zijn in het kwartaal met 6,5% toegenomen. Deze stijging was vooral het gevolg van een betere merkenmix, voornamelijk gedreven door Budweiser.

De EBITDA in China nam met 12,1% toe in 2Q15, vooral ten gevolge van de opbrengstengroei, waardoor de EBITDA-marge steeg met 139 basispunten tot 26,5%. De EBITDA steeg met 28,0% in HY15, met een toename van de marge met 378 basispunten tot 26,3%.

Hoogtepunten van onze andere markten

Onze biervolumes in **Argentinië** kenden in 2Q15 een tweecijferige groei als gevolg van een goed resultaat van de sector dankzij het goede weer. Onze innovatie die nauw aansluit bij de biercategorie, Quilmes MixxTail Mojito, blijft het beter doen dan verwacht en we hebben recent twee nieuwe MixxTail-varianten, Caipiroska en Caipiroska Strawberry, aan de portfolio toegevoegd. Onze biervolumes kenden in HY15 een lage eencijferige groei.

Het volume eigen bieren in **België** kende in het kwartaal een gemiddelde eencijferige daling, in vergelijking met een groei van 9,3% in 2Q14 als gevolg van onze succesvolle FIFA World Cup-activeringen. We schatten dat ons marktaandeel tot nu toe stabiel gebleven is, mede als gevolg van marktaandeelwinst geboekt in het off-trade kanaal.

Canada kende een heel sterk kwartaal, waarin onze biervolumes een lage eencijferige groei kenden tegen de achtergrond van goede resultaten in de sector. We schatten dat we zowel in 2Q15 als in HY15 marktaandeel gewonnen hebben.

In **Duitsland** kende het volume eigen bieren in het kwartaal een gemiddelde eencijferige daling, als gevolg van een goed resultaat in 2Q14 dankzij de FIFA World Cup. We schatten dat ons marktaandeel van bij het begin van het jaar tot in mei II. (waarvoor de data beschikbaar zijn) iets groter is dan in dezelfde periode vorig jaar, deels als gevolg van onze innovaties bij Beck's en Franziskaner.

PERSBERICHT

Brussel, 30 juli 2015 – 9 / 21



In **Zuid-Korea** kende het biervolume een hoge eencijferige daling in het kwartaal, als gevolg van een daling in de sector en een geschat marktaandeelverlies in een zeer competitief klimaat. In het kader van onze zomercampagne hebben we Premier OB Weizen en een nieuw blikje voor Cass gelanceerd.

In het **Verenigd Koninkrijk** kenden onze eigen producten in 2Q15 een lage eencijferige daling, vergeleken met een groei van 13,5% in 2Q14 als gevolg van de FIFA World Cup. We schatten dat we in het kwartaal marktaandeel hebben gewonnen, vooral dankzij Stella Artois, mede door de sponsoring van het Wimbledon tennistoernooi door het merk, en dankzij positieve resultaten van onze Corona-activaties.

GECONSOLIDEERDE RESULTATENREKENING

Tabel 7. Geconsolideerde resultatenrekening (miljoen USD)			
	2Q14	2Q15	Interne groei
Opbrengsten	12 201	11 052	4,1%
Kostprijs verkochte goederen	-4 867	-4 462	-4,8%
Brutowinst	7 334	6 590	3,7%
Distributiekosten	-1 181	-1 066	-5,4%
Verkoop- en marketingkosten	-1 945	-1 757	-1,2%
Administratieve kosten	-670	-618	-10,7%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	516	233	5,8%
Bedrijfsresultaat (EBIT)			
vóór eenmalige opbrengsten/(kosten)	4 054	3 382	3,4%
Eenmalige opbrengsten/(kosten) boven EBIT	-86	20	
Netto financiële opbrengsten/ (kosten)	-382	-554	
Eenmalige netto financiële opbrengsten/ (kosten)	269	-60	
Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen	3	7	
Belastingen	-647	-532	
Winst	3 211	2 263	
Winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen	393	334	
Winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	2 818	1 929	
Genormaliseerde EBITDA	4 851	4 156	4,6%
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	2 614	1 984	

PERSBERICHT

Brussel, 30 juli 2015 – 10 / 21



	HY14	HY15	Interne groei
Opbrengsten	22 806	21 505	5,1%
Kostprijs verkochte goederen	-9 154	-8 662	-4,8%
Brutowinst	13 652	12 843	5,3%
Distributiekosten	-2 225	-2 125	-8,0%
Verkoop- en marketingkosten	-3 606	-3 343	-1,3%
Administratieve kosten	-1 359	-1 263	-8,4%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	719	483	23,2%
Bedrijfsresultaat (EBIT)			
vóór eenmalige opbrengsten/ (kosten)	7 181	6 595	7,2%
Eenmalige opbrengsten/(kosten) boven EBIT	-106	11	
Netto financiële opbrengsten/ (kosten)	-1 248	-463	
Eenmalige netto financiële opbrengsten/ (kosten)	238	335	
Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen	11	8	
Belastingen	-1 066	-1 125	
Winst	5 010	5 361	
Winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen	820	751	
Winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	4 190	4 610	
Genormaliseerde EBITDA	8 731	8 123	7,6%
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	4 030	4 278	

Opbrengsten

De geconsolideerde opbrengsten stegen in 2Q15 met 4,1%, met een stijging van de opbrengsten per hl van 6,5%. Dit resultaat werd gerealiseerd onder impuls van onze initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer en merkenmix, met de verdere implementatie van onze premiumisatiestrategieën. Bij een constante geografische basis stegen de opbrengsten per hl met 7,1%. In HY15 stegen de opbrengsten met 5,1%, waarbij de opbrengsten per hl zowel intern als bij een constante geografische basis toenamen met 7,0%.

Kostprijs Verkochte Goederen (KVG)

De totale KVG steeg met 4,8% in 2Q15, en met 7,2% per hl. Deze stijging was vooral het gevolg van ongunstige wisselkoersresultaten en hogere afschrijvingskosten van recente investeringen in Brazilië. De stijging werd ook gedeeltelijk veroorzaakt door een eenmalige opbrengst van 57 miljoen USD gerapporteerd in 2Q14, die te danken was aan de vrijval van de voorziening voor medische kosten van voorgaande jaren in de VS. Bij een constante geografische basis steeg de KVG per hl met 7,4%. In HY15 steeg de KVG met 4,8%, met een toename van de KVG per hl met 6,6%, en 6,4% bij een constante geografische basis.

Distributiekosten

De distributiekosten stegen in 2Q15 met 5,4% en met 7,8% per hl. Deze stijging was grotendeels het gevolg van de verhoging van de vrachtprijzen in de VS, de toename van eigen distributie in Brazilië, die ruimschoots gecompenseerd werd door de stijging van de netto-opbrengsten, de groei van onze premiummerken en onze merken die nauw aansluiten bij de biercategorie in Brazilië, en inflatiestijgingen in Latijns-Amerika Zuid. De distributiekosten stegen in HY15 met 8,0%, en met 9,9% per hl.

Verkoop- en marketinginvesteringen

De verkoop- en marketinginvesteringen stegen met 1,2% in 2Q15, in vergelijking met een groei van 9,9% in 2Q14, hetgeen onze FIFA World Cup-activaties weerspiegelde. De verkoop- en marketinginvesteringen stegen met 1,3% in HY15.

Administratieve kosten

De administratieve kosten stegen met 10,7% in 2Q15, vooral als gevolg van de timing van de voorzieningen voor variabele compensatie. De administratieve kosten stegen met 8,4% in HY15.

PERSBERICHT

Brussel, 30 juli 2015 – 11 / 21



Overige bedrijfsopbrengsten

De overige bedrijfsopbrengsten kenden een interne stijging met 5,8% tot 233 miljoen USD in 2Q15, hoofdzakelijk als gevolg van de timing van subsidies in China.

De overige bedrijfsopbrengsten, zoals gerapporteerd in 2Q14, bedroegen 516 miljoen USD en omvatten een eenmalige positieve boekhoudkundige aanpassing van 223 miljoen USD, resulterend uit een actuariële herberekening van toekomstige verplichtingen onder onze gezondheidszorgregelingen voor gepensioneerden in de VS. Deze wijziging werd in 2Q14 als een positieve scopeverandering onder overige bedrijfsopbrengsten gerapporteerd in de resultaten van Noord-Amerika, waardoor deze niet werd opgenomen in de interne groei. Dienovereenkomstig werd een negatieve scopeverandering voor hetzelfde bedrag gerapporteerd in 2Q15.

De overige bedrijfsopbrengsten kenden in HY15 een interne stijging met 23,2%.

Eenmalige opbrengsten en kosten boven EBIT

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

	2Q14	2Q15	HY14	HY15
Herstructurering (inclusief bijzondere waardeverminderingen)	-27	-37	-51	-55
Gerechtelijke schikking	-	-77	-	-77
Verwervingskosten van bedrijfscombinaties	-56	-4	-68	-4
Verkoop van activiteiten en activa (inclusief bijzondere waardeverminderingen)	-3	138	13	147
Impact op bedrijfsresultaat	-86	20	-106	11

Het genormaliseerd bedrijfsresultaat is exclusief 20 miljoen USD aan eenmalige opbrengsten. Dit bedrag omvat de verkoop van activiteiten en activa ter waarde van 138 miljoen USD, hoofdzakelijk als compensatie voor de beëindiging van de overeenkomsten met Crown Imports voor de distributie van Grupo Modelo-producten via eigen distributeurs in de VS, en met Monster voor de distributie van diens merken via het distributiesysteem van Anheuser-Busch. De kosten van de gerechtelijke schikking betreffen de overeenkomst die werd bereikt tussen CADE, de Braziliaanse mededingingsautoriteit, en Ambev met betrekking tot het klantengetrouwheidsprogramma "Tô Contigo".

Netto financiële opbrengsten/(kosten)

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

	2Q14	2Q15	HY14	HY15
Netto-interestkosten	-442	-352	-883	-760
Netto-interestkosten voor pensioenen	-28	-30	-58	-60
Periode toerekeningkosten	-83	-73	-158	-149
Overige financiële resultaten	171	-99	-149	506
Netto financiële opbrengsten/(kosten)	-382	-554	-1 248	-463

De **netto financiële kosten** (exclusief eenmalige netto financiële opbrengsten/kosten) bedroegen 554 miljoen USD in 2Q15 vergeleken met 382 miljoen USD in 2Q14. Deze stijging was hoofdzakelijk het gevolg van overige financiële resultaten die een negatieve aanpassing aan marktwaarde van 139 miljoen USD in 2Q15 omvatten, gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's, vergeleken met een winst van 344 miljoen USD in 2Q14, gedeeltelijk gecompenseerd door positieve wisselkoersresultaten en lagere netto-interestkosten. De netto financiële kosten in HY15 omvatten een positieve aanpassing aan marktwaarde van 618 miljoen USD, met betrekking tot de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's, evenals positieve wisselkoersresultaten in overige financiële resultaten en lagere netto-interestkosten. De netto financiële kosten in HY14 omvatten een positieve aanpassing aan marktwaarde van 292 miljoen USD, gedeeltelijk tenietgedaan door negatieve wisselkoersresultaten.

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

PERSBERICHT

Brussel, 30 juli 2015 – 12 / 21



Tabel 10. Afdekking van op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's

	2Q14	2Q15	HY14	HY15
Aandelenkoers per begin periode (euro per aandeel)	76,10	113,80	77,26	93,86
Aandelenkoers per einde periode (euro per aandeel)	83,90	107,50	83,90	107,50
Aantal eigen-vermogensinstrumenten per einde periode (miljoen)	28,1	35,5	28,1	35,5

Eenmalige netto financiële opbrengsten/(kosten)

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

	2Q14	2Q15	HY14	HY15
Aanpassing aan marktwaarde	269	-60	238	335
Eenmalige netto financiële opbrengsten/ (kosten)	269	-60	238	335

De **eenmalige netto financiële opbrengsten/(kosten)** bedroegen -60 miljoen USD in 2Q15 en 269 miljoen USD in 2Q14 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 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 aandelen die opgenomen zijn in de afdekking van het instrument voor uitgestelde aandelen en de start- en slotkoers van de aandelen worden weergegeven in tabel 12.

Tabel 12. Afdekking van uitgestelde aandelen instrumenten

	2Q14	2Q15	HY14	HY15
Aandelenkoers per begin periode (euro per aandeel)	76,10	113,80	77,26	93,86
Aandelenkoers per einde periode (euro per aandeel)	83,90	107,50	83,90	107,50
Aantal eigen-vermogensinstrumenten per einde periode (miljoen)	23,1	23,1	23,1	23,1

Belastingen

Tabel 13. Belastingen (miljoen USD)

	2Q14	2Q15	HY14	HY15
Belastingen	647	532	1 066	1 125
Effectieve Aanslagvoet	16,8%	19,1%	17,6%	17,4%
Genormaliseerde Effectieve Aanslagvoet	18,1%	17,2%	18,4%	17,6%

In 2Q15 bedroegen de **belastingen** 532 miljoen USD met een genormaliseerde effectieve aanslagvoet (EAV) van 17,2% tegenover 647 miljoen USD aan belastingen in 2Q14 met een genormaliseerde EAV van 18,1%. In 2Q15 werd de genormaliseerde EAV positief beïnvloed door wijzigingen in de resultatenmix van de landen, gedeeltelijk tenietgedaan door de negatieve impact van de aanpassing aan marktwaarde van 139 miljoen USD, gelinkt aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's.

Winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen

De winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen daalde van 393 miljoen USD in 2Q14 tot 334 miljoen USD in 2Q15, waarbij de goede bedrijfsresultaten van Ambev door valuta-omrekeningseffecten tenietgedaan werden.

Genormaliseerde winst en winst

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

	2Q14	2Q15	HY14	HY15
Winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	2 818	1 929	4 190	4 610
Eenmalige (opbrengsten) en kosten, na belastingen, toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	65	-5	78	3
Eenmalige financiële (opbrengsten)/ kosten, na belastingen, toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	-269	60	-238	-335
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	2 614	1 984	4 030	4 278

De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev daalde tot 1 984 miljoen USD in 2Q15, in vergelijking met 2 614 miljoen USD in 2Q14. Deze daling was

PERSBERICHT

Brussel, 30 juli 2015 – 13 / 21



het gevolg van ongunstige valuta-omrekeningseffecten, de eerder vermelde wijzigingen in de EBITDA-scope en hogere netto financiële kosten, gedeeltelijk gecompenseerd door interne EBITDA-groei. De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev bedroeg 4 278 miljoen USD in HY15, in vergelijking met 4 030 miljoen USD in HY14.

Genormaliseerde winst per aandeel

Tabel 15. Winst per aandeel (USD)				
	2Q14	2Q15	HY14	HY15
Gewone winst per aandeel	1,73	1,18	2,57	2,81
Eenmalige (opbrengsten) en kosten, na belastingen, toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten, per aandeel	0,04	-	0,05	-
Eenmalige financiële (opbrengsten)/ kosten, na belastingen, toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten, per aandeel	-0,17	0,03	-0,15	-0,20
Winst per aandeel vóór eenmalige (opbrengsten)/kosten	1,60	1,21	2,47	2,61

De genormaliseerde winst per aandeel (WPA) daalde van 1,60 USD in 2Q14 tot 1,21 USD in 2Q15, en steeg van 2,47 USD in HY14 tot 2,61 USD in HY15.

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)				
	2Q14	2Q15	HY14	HY15
Winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	2 818	1 929	4 190	4 610
Minderheidsbelangen	393	334	820	751
Winst	3 211	2 263	5 010	5 361
Belastingen	647	532	1 066	1 125
Aandeel in het resultaat van geassocieerde ondernemingen	-3	-7	-11	-8
Netto financiële (opbrengsten)/ kosten	382	554	1 248	463
Eenmalige netto financiële (opbrengsten)/ kosten	-269	60	-238	-335
Eenmalige (opbrengsten)/kosten boven EBIT (inclusief eenmalige bijzondere waardeverminderingen)	86	-20	106	-11
Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige (opbrengsten)/kosten	4 054	3 382	7 181	6 595
Afschrijvingen en bijzondere waardeverminderingen	797	774	1 550	1 528
Genormaliseerde EBITDA	4 851	4 156	8 731	8 123

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.

PERSBERICHT

Brussel, 30 juli 2015 – 14 / 21



FINANCIËLE POSITIE

Tabel 17. Geconsolideerd kasstroomoverzicht (miljoen USD)

	HY14	HY15
Operationele activiteiten		
Winst	5 010	5 361
Interesten, belastingen en niet-kaselementen opgenomen in de winst	3 442	2 829
Bedrijfskasstroom vóór wijziging in bedrijfskapitaal en gebruik van voorzieningen	8 452	8 190
Verandering in bedrijfskapitaal	-1 121	- 965
Pensioenbijdragen en gebruik van voorzieningen	- 210	- 194
(Betaalde)/ontvangen interesten en belastingen	-2 425	-2 336
Ontvangen dividenden	25	19
Netto kasstroom uit operationele activiteiten	4 721	4 714
Investeringsactiviteiten		
Netto-investeringsuitgaven	-1 579	-1 609
Verwerving en verkoop van dochterondernemingen, na aftrek van verworven/afgestane liquide middelen	-5 499	- 220
Netto ontvangsten uit de verkoop/(verwerving) van investeringen in kortetermijn schuldinstrumenten	- 39	- 71
Netto ontvangsten na belastingen uit de verkoop van activa aangehouden voor verkoop	- 146	228
Overige	- 204	- 272
Netto kasstroom uit investeringsactiviteiten	-7 467	-1 944
Financieringsactiviteiten		
Uitgekeerde dividenden	-4 299	-4 556
Netto (terugbetalingen)/opnames van leningen	5 667	1 507
Netto ontvangsten uit de uitgifte van aandelen	72	3
Aankoop eigen aandelen	-	-1 000
Overige (inclusief netto financiële kaskosten andere dan interesten)	- 228	- 196
Netto kasstroom uit financieringsactiviteiten	1 212	-4 242
Netto toename/(afname) van de liquide middelen	-1 534	-1 472

In HY15 was er een daling van de liquide middelen met 1 472 miljoen USD vergeleken met een daling met 1 534 miljoen USD in HY14, met de volgende verschuivingen:

- De kasstroom uit operationele activiteiten bedroeg 4 714 miljoen USD in de eerste helft van 2015, vergeleken met 4 721 miljoen USD in de eerste helft van 2014. De veranderingen in bedrijfskapitaal in de eerste helft van 2015 en 2014 weerspiegelen hogere bedrijfskapitaalniveaus vergeleken met het einde van het vorige jaar, deels door seizoensgebondenheid. De wijzigingen in het bedrijfskapitaal in de eerste helft van 2015 worden negatief beïnvloed door de betalingen in het kader van investeringsprojecten in 2014, waarvan de betalingstermijnen gemiddeld langer waren.
- De kasstroom uit investeringsactiviteiten was een uitgaande kasstroom van 1 944 miljoen USD in de eerste helft van 2015, vergeleken met een uitgaande kasstroom van 7 467 miljoen USD in de eerste helft van 2014. De uitgaande kasstroom uit investeringsactiviteiten in HY14 weerspiegelt hoofdzakelijk de overname van OB.
- De kasstroom uit financieringsactiviteiten was een uitgaande kasstroom van 4 242 miljoen USD in de eerste helft van 2015, tegenover een inkomende kasstroom van 1 212 miljoen USD in de eerste

PERSBERICHT

Brussel, 30 juli 2015 – 15 / 21

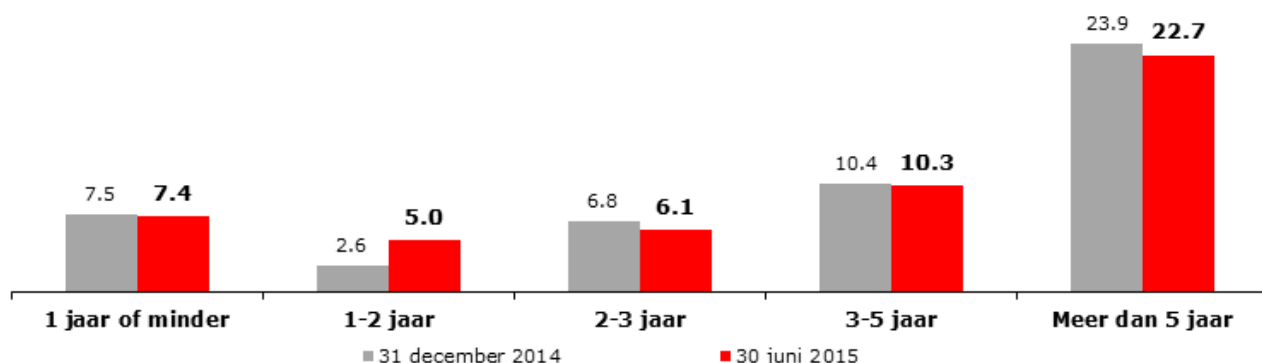


helft van 2014. De uitgaande kasstroom uit financieringsactiviteiten in HY15 weerspiegelt het op 26 februari 2015 aangekondigde terugkoopplan van eigen aandelen en de uitkering van hogere dividenden. De inkomende kasstroom uit financieringsactiviteiten in HY14 weerspiegelt de financiering van de acquisitie van OB.

AB InBevs liquide middelen en kortetermijninvesteringen in schuldinstrumenten min kortetermijnschulden bij kredietinstellingen bedroegen op 30 juni 2015 in totaal 6 722 miljoen USD. Op 30 juni 2015 had het bedrijf een totale liquiditeit van 14 722 miljoen USD, bestaande uit 8 000 miljoen USD aan vastgelegde kredietfaciliteiten op lange termijn en 6 722 miljoen USD aan liquide middelen en kortetermijninvesteringen in schuldinstrumenten min kortetermijnschulden bij kredietinstellingen. Hoewel AB InBev dergelijke bedragen kan lenen om aan haar liquiditeitsnoden te voldoen, doet de onderneming hoofdzakelijk een beroep op kasstromen uit operationele activiteiten om de doorlopende activiteiten van de onderneming te financieren.

Op 30 juni 2015 bedroeg de nettoschuld van AB InBev 44,4 miljard USD, een stijging in vergelijking met 42,1 miljard USD op 31 december 2014. Op gerapporteerde basis steeg de verhouding tussen de nettoschuld en de genormaliseerde EBITDA van 2,27x op 31 december 2014 tot 2,48x op 30 juni 2015.

Tabel 18. Termijnen en terugbetalingsschema per 30 juni 2015 (miljard USD)



RECENTE GEBEURTENISSEN

UITGIFTE VAN OBLIGATIES

Op 23 juli 2015 heeft Anheuser-Busch InBev Finance Inc., een dochteronderneming van Anheuser Busch InBev SA/NV, voor een totaal hoofdbedrag van 565 miljoen USD aan obligaties met vaste rentevoet die vervallen in 2045, uitgegeven. De obligaties hebben een jaarlijkse rentevoet van 4,600%.

GUANGZHOU ZHUJIANG BREWERY CO. LTD

Op 23 juli 2015 sloot Anheuser-Busch InBev een inschrijvingsovereenkomst af voor de private plaatsing van aandelen van Guangzhou Zhujiang Brewery Co., Ltd ("brouwerij Zhujiang"), waarbij niet minder dan 1,6 miljard RMB (ongeveer 258 miljoen USD) werd geïnvesteerd om haar participatie in de brouwerij Zhujiang tot 29,99% te verhogen. Deze transactie is onderworpen aan de goedkeuring van de regelgevende instanties. Deze bijkomende investering maakt het ons mogelijk ons strategische partnerschap verder uit te bouwen met de brouwerij Zhujiang, dat startte begin jaren '80.

PERSBERICHT

Brussel, 30 juli 2015 – 16 / 21



OPMERKINGEN

De gerapporteerde cijfers van AB InBev voor 2Q15 en 2Q14 en voor HY15 en HY14 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 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 die door het management worden gebruikt en mogen niet dienen ter vervanging van de cijfers bepaald in overeenstemming met IFRS als indicator van de prestatie van de onderneming. 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 2Q15 is gebaseerd op een gewogen gemiddelde van 1 640 miljoen aandelen, vergeleken met 1 632 miljoen aandelen voor 2Q14.

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.

PERSBERICHT

Brussel, 30 juli 2015 – 17 / 21



De in tabel 1 (met uitzondering van de volume-informatie) en tabel 7 tot 9, 11 en 13 tot 17 van dit persbericht vermelde financiële gegevens voor het halfjaar van 2015 (HY15) zijn ontleend aan de niet-geauditeerde verkorte geconsolideerde tussentijdse financiële staten van de groep op datum van en voor de periode van zes maanden eindigend op 30 juni 2015; deze gegevens werden nagezien door onze commissarissen PricewaterhouseCoopers Bedrijfsrevisoren BCBVA volgens de normen van de International Standard on Review Engagements 2410, "Nazicht van tussentijdse financiële informatie uitgevoerd door de onafhankelijke commissaris van de entiteit" en 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 zes maanden eindigend op 30 juni 2015 (met uitzondering van de volume-informatie).

TELEFONISCHE CONFERENTIE EN WEBCAST

Telefonische conferentie en webcast voor investeerders op donderdag 30 juli 2015

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

Registratiegegevens

Webcast (enkel luisteren)

<http://event.on24.com/r.htm?e=933896&s=1&k=B9E4E189E9D13B18E89E41F1B8024A6C>

Telefonische conferentie (met interactieve V&A)

<http://www.directeventreg.com/registration/event/77051076>

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

PERSBERICHT

Brussel, 30 juli 2015 – 18 / 21



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 sedert duizenden jaren mensen samen en ons portfolio van meer dan 200 merken 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 InBevs 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 groeiemarkten 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, 30 juli 2015 – 19 / 21



Bijlage 1						
AB InBev Wereldwijd	2Q14	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	2Q15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	119 002	410	-	-2 612	116 799	-2,2%
waarvan AB InBev eigen bieren	107 122	562	-	-2 275	105 409	-2,1%
Opbrengsten	12 201	-243	-1 398	492	11 052	4,1%
Kostprijs verkochte goederen	-4 867	126	505	-227	-4 462	-4,8%
Brutowinst	7 334	-116	-893	265	6 590	3,7%
Distributiekosten	-1 181	9	169	-63	-1 066	-5,4%
Verkoop- en marketingkosten	-1 945	1	211	-23	-1 757	-1,2%
Administratieve kosten	-670	26	95	-68	-618	-10,7%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	516	-244	-54	15	233	5,8%
Genormaliseerde EBIT	4 054	-324	-472	126	3 382	3,4%
Genormaliseerde EBITDA	4 851	-324	-579	207	4 156	4,6%
Genormaliseerde EBITDA-marge	39,8%				37,6%	17 bp
Noord-Amerika	2Q14	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	2Q15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	31 602	-244	-	-269	31 089	-0,9%
Opbrengsten	4 229	-67	-69	23	4 118	0,6%
Kostprijs verkochte goederen	-1 614	55	16	-55	-1 598	-3,5%
Brutowinst	2 616	-11	-52	-32	2 520	-1,2%
Distributiekosten	-332	-	12	-21	-340	-6,4%
Verkoop- en marketingkosten	-557	-1	10	-38	-585	-6,7%
Administratieve kosten	-111	-2	3	-17	-128	-15,3%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	244	-239	-	-2	4	-36,3%
Genormaliseerde EBIT	1 861	-253	-28	-110	1 471	-6,8%
Genormaliseerde EBITDA	2 045	-253	-31	-104	1 657	-5,8%
Genormaliseerde EBITDA-marge	48,4%				40,2%	-273 bp
Mexico	2Q14	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	2Q15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	10 458	-	-	428	10 886	4,1%
Opbrengsten	1 297	-149	-183	90	1 055	7,9%
Kostprijs verkochte goederen	-377	74	46	-9	-264	-2,9%
Brutowinst	919	-75	-136	82	791	9,6%
Distributiekosten	-132	10	17	3	-100	2,8%
Verkoop- en marketingkosten	-213	15	30	-5	-171	-2,2%
Administratieve kosten	-123	9	16	4	-93	3,5%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	71	-7	-10	3	57	4,8%
Genormaliseerde EBIT	522	-46	-82	88	484	18,4%
Genormaliseerde EBITDA	631	-50	-97	84	569	14,4%
Genormaliseerde EBITDA-marge	48,7%				53,9%	308 bp
Latijns-Amerika Noord	2Q14	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	2Q15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	29 385	5	-	-1 913	27 478	-6,5%
Opbrengsten	2 552	1	-682	124	1 995	4,8%
Kostprijs verkochte goederen	-937	-1	239	-56	-754	-6,0%
Brutowinst	1 614	1	-443	68	1 241	4,2%
Distributiekosten	-349	-	92	-8	-266	-2,6%
Verkoop- en marketingkosten	-377	-	84	43	-251	11,3%
Administratieve kosten	-113	-	39	-38	-112	-32,8%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	151	-	-43	-1	106	-0,4%
Genormaliseerde EBIT	927	1	-272	63	718	6,9%
Genormaliseerde EBITDA	1 112	1	-327	118	903	10,6%
Genormaliseerde EBITDA-marge	43,6%				45,3%	238 bp

PERSBERICHT

Brussel, 30 juli 2015 – 20 / 21



Bijlage 1						
Latijns-Amerika Zuid	2Q14	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	2Q15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	7 214	145	-	405	7 764	5,5%
Opbrengsten	520	12	-60	223	696	42,1%
Kostprijs verkochte goederen	-223	-7	27	-84	-288	-36,9%
Brutowinst	297	6	-33	139	408	46,0%
Distributiekosten	-57	-	7	-20	-70	-34,9%
Verkoop- en marketingkosten	-87	-	9	-15	-93	-17,8%
Administratieve kosten	-21	-	4	-16	-34	-75,1%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	-	1	-1	5	5	-
Genormaliseerde EBIT	132	6	-15	92	216	67,1%
Genormaliseerde EBITDA	176	6	-18	102	264	56,1%
Genormaliseerde EBITDA-marge	33,8%				37,9%	337 bp
Europa	2Q14	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	2Q15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	13 468	-94	-	-1 013	12 361	-7,6%
waarvan AB InBev eigen bieren	12 985	-94	-	-960	11 931	-7,5%
Opbrengsten	1 498	-21	-337	7	1 147	0,4%
Kostprijs verkochte goederen	-611	5	138	13	-455	2,1%
Brutowinst	886	-16	-198	19	692	2,2%
Distributiekosten	-140	-	34	-10	-117	-6,9%
Verkoop- en marketingkosten	-331	-1	69	19	-245	5,6%
Administratieve kosten	-93	-	22	-3	-74	-3,0%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	7	-	-	-3	4	-45,3%
Genormaliseerde EBIT	329	-16	-74	22	260	7,1%
Genormaliseerde EBITDA	439	-17	-99	21	345	5,1%
Genormaliseerde EBITDA-marge	29,3%				30,1%	133 bp
Azië	2Q14	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	2Q15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	25 047	873	-	-391	25 529	-1,6%
Opbrengsten	1 492	10	-12	38	1 528	2,5%
Kostprijs verkochte goederen	-684	-15	4	-46	-741	-6,7%
Brutowinst	808	-5	-7	-9	787	-1,0%
Distributiekosten	-120	-2	1	-3	-124	-2,2%
Verkoop- en marketingkosten	-324	-13	3	-31	-365	-9,6%
Administratieve kosten	-96	18	-1	1	-78	1,3%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	36	1	-	15	54	42,3%
Genormaliseerde EBIT	304	-	-4	-25	274	-8,3%
Genormaliseerde EBITDA	431	3	-4	-8	422	-2,0%
Genormaliseerde EBITDA-marge	28,9%				27,6%	-130 bp
Globale Export en Holdingmaatschappijen	2Q14	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	2Q15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	1 827	-276	-	141	1 692	9,1%
Opbrengsten	614	-30	-56	-14	514	-2,4%
Kostprijs verkochte goederen	-420	12	34	11	-363	2,7%
Brutowinst	194	-16	-22	-3	151	-1,8%
Distributiekosten	-50	2	4	-4	-48	-8,4%
Verkoop- en marketingkosten	-60	1	9	4	-47	6,9%
Administratieve kosten	-111	-	12	-	-100	-
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	7	-1	-1	-1	3	-33,6%
Genormaliseerde EBIT	-22	-15	2	-5	-41	-13,6%
Genormaliseerde EBITDA	18	-15	-2	-5	-5	-

PERSBERICHT

Brussel, 30 juli 2015 – 21 / 21



Bijlage 2						
AB InBev Wereldwijd	HY14	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	HY15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	224 995	3 032	-	-3 865	224 162	-1,7%
waarvan AB InBev eigen bieren	200 832	2 837	-	-3 170	200 498	-1,6%
Opbrengsten	22 806	-46	-2 399	1 144	21 505	5,1%
Kostprijs verkochte goederen	-9 154	39	882	-429	-8 662	-4,8%
Brutowinst	13 652	-6	-1 517	715	12 843	5,3%
Distributiekosten	-2 225	-9	285	-176	-2 125	-8,0%
Verkoop- en marketingkosten	-3 606	-71	379	-45	-3 343	-1,3%
Administratieve kosten	-1 359	36	171	-110	-1 263	-8,4%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	719	-249	-95	108	483	23,2%
Genormaliseerde EBIT	7 181	-299	-777	491	6 595	7,2%
Genormaliseerde EBITDA	8 731	-277	-967	636	8 123	7,6%
Genormaliseerde EBITDA-marge	38,3%				37,8%	88 bp

Noord-Amerika	HY14	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	HY15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	60 521	-231	-	-1 875	58 416	-3,1%
Opbrengsten	8 012	-67	-108	-119	7 719	-1,5%
Kostprijs verkochte goederen	-3 158	55	26	5	-3 073	0,2%
Brutowinst	4 854	-11	-82	-114	4 646	-2,4%
Distributiekosten	-649	-	21	-28	-656	-4,4%
Verkoop- en marketingkosten	-1 074	-1	17	-28	-1 085	-2,6%
Administratieve kosten	-241	-2	5	-15	-254	-6,4%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	258	-238	-	-1	20	-5,0%
Genormaliseerde EBIT	3 149	-252	-39	-187	2 671	-6,4%
Genormaliseerde EBITDA	3 514	-252	-43	-181	3 038	-5,6%
Genormaliseerde EBITDA-marge	43,9%				39,4%	-169 bp

Mexico	HY14	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	HY15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	19 376	-	-	615	19 991	3,2%
Opbrengsten	2 339	-264	-292	165	1 948	8,0%
Kostprijs verkochte goederen	-709	139	76	-15	-508	-2,7%
Brutowinst	1 630	-125	-215	150	1 440	10,0%
Distributiekosten	-239	22	29	-10	-197	-4,5%
Verkoop- en marketingkosten	-426	30	51	2	-342	0,6%
Administratieve kosten	-242	15	29	1	-196	0,5%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	125	-11	-16	11	109	9,8%
Genormaliseerde EBIT	848	-69	-122	155	814	19,9%
Genormaliseerde EBITDA	1 062	-76	-148	148	986	15,0%
Genormaliseerde EBITDA-marge	45,4%				50,6%	310 bp

Latijns-Amerika Noord	HY14	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	HY15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	60 366	12	-	-1 618	58 759	-2,7%
Opbrengsten	5 213	1	-1 168	437	4 484	8,4%
Kostprijs verkochte goederen	-1 819	-1	394	-147	-1 573	-8,1%
Brutowinst	3 394	1	-774	290	2 911	8,5%
Distributiekosten	-679	-	156	-63	-587	-9,3%
Verkoop- en marketingkosten	-702	-	141	15	-547	2,1%
Administratieve kosten	-250	-	64	-55	-241	-21,8%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	258	-	-78	95	274	36,8%
Genormaliseerde EBIT	2 021	1	-492	281	1 810	13,9%
Genormaliseerde EBITDA	2 377	1	-581	374	2 170	15,7%
Genormaliseerde EBITDA-marge	45,6%				48,4%	309 bp

PERSBERICHT

Brussel, 30 juli 2015 – 22 / 21



Bijlage 2						
Latijns-Amerika Zuid	HY14	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	HY15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	17 424	338	-	95	17 857	0,5%
Opbrengsten	1 311	28	-155	429	1 614	32,1%
Kostprijs verkochte goederen	-492	-15	63	-174	-619	-34,4%
Brutowinst	819	13	-92	255	995	30,7%
Distributiekosten	-133	-1	17	-36	-153	-27,0%
Verkoop- en marketingkosten	-173	-	19	-34	-188	-19,9%
Administratieve kosten	-49	-	7	-23	-66	-46,9%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	-6	2	-	4	-	85,5%
Genormaliseerde EBIT	458	13	-49	165	588	35,1%
Genormaliseerde EBITDA	542	13	-57	184	681	33,2%
Genormaliseerde EBITDA-marge	41,3%				42,2%	34 bp
Europa	HY14	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	HY15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	22 234	-41	-	-1 536	20 657	-6,9%
waarvan AB InBev eigen bieren	21 399	-41	-	-1 460	19 898	-6,8%
Opbrengsten	2 483	-17	-552	8	1 922	0,3%
Kostprijs verkochte goederen	-1 069	1	246	25	-797	2,3%
Brutowinst	1 413	-15	-306	32	1 125	2,3%
Distributiekosten	-249	-1	58	-11	-203	-4,4%
Verkoop- en marketingkosten	-578	-1	127	14	-438	2,4%
Administratieve kosten	-182	-	45	-17	-154	-9,3%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	8	-	1	-4	5	-54,4%
Genormaliseerde EBIT	413	-17	-75	14	335	3,5%
Genormaliseerde EBITDA	632	-17	-126	10	499	1,6%
Genormaliseerde EBITDA-marge	25,5%				26,0%	33 bp
Azië	HY14	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	HY15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	39 535	5 439	-	312	45 286	0,8%
Opbrengsten	2 350	338	-36	169	2 822	7,3%
Kostprijs verkochte goederen	-1 152	-172	16	-83	-1 391	-7,2%
Brutowinst	1 198	166	-19	86	1 431	7,4%
Distributiekosten	-188	-32	3	-14	-231	-7,3%
Verkoop- en marketingkosten	-527	-100	8	-26	-645	-4,9%
Administratieve kosten	-172	23	1	-6	-155	-4,6%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	59	1	-	4	65	6,8%
Genormaliseerde EBIT	370	58	-7	45	465	11,9%
Genormaliseerde EBITDA	604	87	-10	82	762	13,4%
Genormaliseerde EBITDA-marge	25,7%				27,0%	150 bp
Globale Export en Holdingmaatschappijen	HY14	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	HY15	Interne groei
Volumes (duizend hls)	5 539	-2 485	-	143	3 197	4,7%
Opbrengsten	1 098	-66	-89	54	997	5,2%
Kostprijs verkochte goederen	-754	30	61	-39	-702	-5,4%
Brutowinst	344	-35	-28	15	295	4,9%
Distributiekosten	-88	4	-	-14	-98	-16,4%
Verkoop- en marketingkosten	-128	2	17	12	-98	9,4%
Administratieve kosten	-222	-	20	5	-197	2,3%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	17	-3	-2	-	11	-3,3%
Genormaliseerde EBIT	-78	-33	7	18	-87	15,9%
Genormaliseerde EBITDA	-	-33	-1	19	-15	58,2%