

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

Tenzij anders aangegeven, zijn onderstaande toelichtingen gebaseerd op organische groeicijfers en verwijzen ze naar 3Q19 vergeleken met dezelfde periode vorig jaar. Zie pagina 18 en 19 voor belangrijke disclaimers en meer informatie over de Geherformuleerde Resultaten voor 2018 en de Referentiebasis.

Anheuser-Busch InBev publiceert resultaten voor het derde kwartaal en de eerste negen maanden van 2019

KERNCIJFERS

- **Opbrengsten:** De opbrengsten stegen met 2,7% in het kwartaal, en de opbrengsten per hl met 3,0%, een gezonde groei ten gevolge van de aanhoudende premiumisering en initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer die gedeeltelijk tenietgedaan werd door vooruitgang binnen onze slimme betaalbaarheidsstrategie. De opbrengsten stegen in 9M19 met 4,8%, met een stijging van de opbrengsten per hl met 3,7%.
- **Volume:** In 3Q19 namen de totale volumes met 0,5% af, waarbij het volume eigen bieren met 0,9% daalde en het volume niet-bieren een stijging van 4,0% kende. De sterke groei op markten zoals Mexico, Zuid-Afrika en Colombia werd meer dan tenietgedaan door een daling in China en de VS, die in beide landen het gevolg was van de impact van de fasering van de leveringen. De totale volumes namen met 1,0% toe in 9M19, waarbij het volume eigen bieren met 0,7% steeg en het volume niet-bieren een stijging van 3,6% kende.
- **Wereldwijde merken:** In 3Q19 stegen de gecombineerde opbrengsten van onze drie wereldwijde merken – Budweiser, Stella Artois en Corona – met 4,1% wereldwijd en 5,2% buiten hun thuismarkten. In 9M19 kenden de gecombineerde opbrengsten van onze wereldwijde merken een stijging met 6,4% wereldwijd en 9,5% buiten hun thuismarkten.
- **Kostprijs Verkochte Goederen (KVG):** De KVG steeg met 6,9% in 3Q19 en met 6,7% per hl onder impuls van aanzienlijke ongunstige grondstofprijzen- en valutaschommelingen ten gevolge van de timing van onze afdekkingen. In 9M19 steeg de KVG met 6,9%, en met 5,4% per hl.
- **EBITDA:** De EBITDA bleef in het kwartaal stabiel waarbij de EBITDA-marge met 107 basispunten daalde tot 40,2% ten gevolge van een stijging van de KVG en de fasering van onze verkoop- en marketinginvesteringen. De EBITDA nam in 9M19 met 5,6% toe, met een marge groei van 29 basispunten tot 40,4%.
- **Netto financiële opbrengsten/kosten:** De netto financiële kosten (exclusief eenmalige netto financiële opbrengsten/kosten) bedroegen 677 miljoen USD in 3Q19 vergeleken met 1 797 miljoen USD in 3Q18. Het betere resultaat was vooral het gevolg van een marktwaardewinst van 549 miljoen USD in 3Q19 gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's, vergeleken met een verlies van 616 miljoen USD in 3Q18, wat goed is voor een schommeling van 1 165 miljoen USD. De netto financiële kosten bedroegen 2 047 miljoen USD in 9M19 tegenover 4 682 miljoen USD in 9M18.
- **Belastingen:** De genormaliseerde effectieve aanslagvoet (EAV) daalde van 24,9% in 3Q18 naar 22,6% in 3Q19. Wanneer geen rekening gehouden wordt met de impact van winsten ten gevolge van de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's, bedroeg onze genormaliseerde EAV 26,8% in 3Q19 tegenover 19,8% in 3Q18. De genormaliseerde EAV daalde van 25,5% in 9M18 tot 22,8% in 9M19. Wanneer geen rekening gehouden wordt met de impact van winsten ten gevolge van de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's, bedroeg onze genormaliseerde EAV 27,2% in 9M19 tegenover 22,9% in 9M18.
- **Winst:** De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev bedroeg 2 412 miljoen USD in 3Q19 vergeleken met 1 517 miljoen USD in 3Q18, en 7 125 miljoen USD in 9M19 vergeleken met 4 843 miljoen USD in 9M18. De onderliggende winst (genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev exclusief marktwaardewinsten gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde

betalingsprogramma's en de impact van hyperinflatie) bedroeg 1 870 miljoen USD in 3Q19 ten opzichte van 2 190 miljoen USD in 3Q18, en 5 462 miljoen USD in 9M19 tegenover 5 771 miljoen USD in 9M18.

- **Winst per aandeel (WPA):** De genormaliseerde winst per aandeel bedroeg 1,22 USD in 3Q19 ten opzichte van 0,77 USD in 3Q18 aangezien de WPA positief werd beïnvloed door marktwaardewinsten gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's. De genormaliseerde WPA bedroeg 3,59 USD in 9M19 in vergelijking met 2,45 USD in 9M18. De onderliggende WPA (genormaliseerde WPA exclusief marktwaardewinsten gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's en de impact van hyperinflatie) bedroeg 0,94 USD in 3Q19 ten opzichte van 1,11 USD in 3Q18 en 2,76 USD in 9M19 ten opzichte van 2,92 in 9M18.
- **Interimdividend:** De Raad van Bestuur van AB InBev heeft een interimdividend goedgekeurd van 0,80 EUR per aandeel voor boekjaar 2019. De details van de ex-coupondata, de registratiedata en de betalingsdata zijn terug te vinden op pagina 18.
- **Hyperinflatie:** De herformulering van de resultaten voor HY19 binnen het kader van hyperinflatie aan de hand van de koopkracht in september en de slotkoers van 9M19 had een negatieve impact van 57 miljoen USD op de opbrengsten en 37 miljoen op de genormaliseerde EBITDA op de in 9M19 gerapporteerde organische groei. De impact van de herformulering van de resultaten voor HY19 binnen het kader van hyperinflatie wordt niet opgenomen in de organische berekening voor 3Q19 en afzonderlijk vermeld in Bijlage 1.
- **Afbouw schuldpositie:** Na de succesvolle beursgang van Budweiser APAC en rekening houdende met de verwachte opbrengsten van het afstoten van Australische activiteiten (met uitzondering van de EBITDA van de laatste 12 maanden van de Australische activiteiten), zal de verhouding tussen nettoschuld en EBITDA lager dan 4x zijn einde 2019, een jaar eerder dan oorspronkelijk verwacht.
- **Combinatie met SAB:** We hebben de aan de combinatie met SAB gekoppelde realisatie van 3,2 miljard USD aan synergieën en kostenbesparingen op basis van constante wisselkoersen vanaf augustus 2016 voltooid.

Tabel 1. Geconsolideerde resultaten (miljoen USD)

		3Q18	3Q18	3Q19	Interne groei
		Geherformuleerd Referentiebasis			
Volumes (duizend hl's)		144 583	144 583	143 417	-0.5%
	AB InBev eigen bieren	128 130	128 130	127 254	-0.9%
	Niet-biervolumes	15 118	15 118	15 227	4.0%
	Producten van derden	1 335	1 335	936	-2.7%
Opbrengsten		12 916	13 180	13 172	2.7%
Brutowinst		8 055	8 217	8 032	0.1%
Brutomarge		62.4%	62.3%	61.0%	-157 bps
Genormaliseerde EBITDA		5 314	5 433	5 291	0.0%
Genormaliseerde EBITDA-marge		41.1%	41.2%	40.2%	-107 bps
Genormaliseerde EBIT		4 175	4 281	4 114	-2.6%
Genormaliseerde EBIT-marge		32.3%	32.5%	31.2%	-172 bps
Winst van beëindigde activiteiten toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten			837	2 930	
Winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten			959	3 003	
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten			1 517	2 412	
Onderliggende winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten			2 190	1 870	
Winst per aandeel (USD)		0.49		1.51	
Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten) (USD)		0.77		1.22	
Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten) (USD)		1.11		0.94	

		9M18	9M18	9M19	Interne groei
		Geheformuleerd Referentiebasis			
Volumes (duizend hl)		419 659	419 659	419 448	1.0%
	AB InBev eigen bieren	370 878	370 878	371 398	0.7%
	Niet-biervolumes	44 988	44 988	45 126	3.6%
	Producten van derden	3 793	3 793	2 924	-10.5%
Opbrengsten		39 249	39 249	38 994	4.8%
Brutowinst		24 380	24 380	23 902	3.6%
Brutomarge		62.1%	62.1%	61.3%	-73 bps
Genormaliseerde EBITDA		15 713	15 713	15 735	5.6%
Genormaliseerde EBITDA-marge		40.0%	40.0%	40.4%	29 bps
Genormaliseerde EBIT		12 269	12 269	12 293	5.5%
Genormaliseerde EBIT-marge		31.3%	31.3%	31.5%	21 bps
Winst van beëindigde activiteiten toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten				8 748	
Winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten				9 058	
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten				7 125	
Onderliggende winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten				5 462	
Winst per aandeel (USD)		1.98		4.57	
Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten) (USD)		2.45		3.59	
Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten) (USD)		2.92		2.76	

Tabel 2. Volumes (duizend hl)

	3Q18	Scope	Interne groei	3Q19	Interne groei	
	Referentiebasis				Totale volume	Volume eigen bieren
Noord-Amerika	29 985	16	- 991	29 009	-3.3%	-3.4%
Midden-Amerika	31 813	- 28	1 487	33 272	4.7%	5.0%
Zuid Amerika	21 793	- 461	476	21 807	2.2%	2.9%
EMEA	31 297	-	302	31 599	1.0%	-0.7%
Azië	29 432	- 33	-1 901	27 498	-6.5%	-6.7%
Globale Export en Holdingmaatschappijen	265	-	- 33	231	-12.5%	-13.0%
AB InBev Wereldwijd	144 583	- 507	- 659	143 417	-0.5%	-0.9%

	9M18	Scope	Interne groei	9M19	Interne groei	
	Referentiebasis				Totale volume	Volume eigen bieren
Noord-Amerika	84 612	30	-1 998	82 644	-2.4%	-2.4%
Midden-Amerika	94 763	- 137	3 368	97 994	3.6%	3.8%
Zuid Amerika	63 667	-3 690	2 044	62 022	3.4%	3.9%
EMEA	95 768	188	2 499	98 455	2.6%	1.9%
Azië	79 691	- 66	-1 939	77 687	-2.4%	-2.1%
Globale Export en Holdingmaatschappijen	1 160	- 478	- 34	647	-4.9%	-5.2%
AB InBev Wereldwijd	419 659	-4 152	3 942	419 448	1.0%	0.7%

COMMENTAAR VAN HET MANAGEMENT

Het derde kwartaal van 2019 was een hele uitdaging, vooral onder impuls van de volgende drie voorziene elementen: fasering van de leveringen in China in 2Q19 voorafgaand aan de activeringen in de zomer, hogere kostprijs verkochte goederen per hl door aanzienlijke ongunstige grondstofprijzen- en valutaschommelingen, en de impact van de jaar-op-jaar fasering van onze verkoop- en marketing-investeringen vooral gedreven door de 2018 FIFA World Cup Russia™. Daarnaast zorgden de prijsstijgingen doorgevoerd in Zuid-Korea en Brazilië voor volumedalingen, welke werden versterkt door lagere consumentenvraag in het licht van de moeilijke macro-economische omstandigheden.

De opbrengsten stegen met 2,7% en de opbrengsten per hl met 3,0%, aangezien een gezonde groei ten gevolge van de aanhoudende premiumisering en initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer gedeeltelijk tenietgedaan werd door vooruitgang binnen onze slimme betaalbaarheidsstrategie op enkele van onze belangrijkste markten. Onze totale volumes daalden met 0,5%, en de biervolumes met 0,9%. Dit werd gedeeltelijk gecompenseerd door een sterke groei van het volume niet-bieren met 4,0%. We hebben een heel sterke volumegroei genoteerd in Mexico, Zuid-Afrika en Colombia, waar we onze beste volumeresultaten behaald hebben sinds de afronding van de combinatie met SAB in oktober 2016.

In 3Q19 bleef de EBITDA stabiel ten opzichte van het vorige jaar met een daling van de marge met iets meer dan 100 basispunten tot 40,2%. Onze volumeresultaten werden zoals verwacht beïnvloed door de tragere opbrengstengroei, een hogere kostprijs verkochte goederen gekoppeld aan aanzienlijke ongunstige grondstofprijzen- en valutaschommelingen, en de fasering van onze verkoop- en marketinginvesteringen jaar op jaar. Ter herinnering, in FY18 vonden onze verkoop- en marketinginvesteringen vooral in de eerste helft van het jaar plaats als gevolg van 2018 FIFA World Cup Russia™. In FY19 verwachten we dat onze verkoop- en marketinginvesteringen veel gelijkmatiger gespreid zullen zijn doorheen het jaar, wat een moeilijkere vergelijkbare basis met zich meebrengt in de tweede helft van 2019.

We blijven ons algoritme ontwikkelen teneinde een meer gebalanceerde opbrengsten- en volumegroei per hl te realiseren. Door de uitbreiding van de categorie in onze markten zijn we in staat om meer consumenten voor meer gelegenheden te bereiken door een breed portfolio van merken aan te bieden die variëren per stijl, behoefte en prijsklasse.

De biercategorie is wereldwijd aan het premiumiseren en we blijven investeren in de groei van onze ongeëvenaarde portefeuille aan premiummerken om een antwoord die bieden op deze trend. Onze premium strategie wordt geleid door onze High End Company en portefeuille wereldwijde merken, die beiden sneller groeien dan ons volledige bedrijf. In 3Q19 groeide onze High End Company met 13,5% terwijl de wereldwijde merken groeiden met 5,2% buiten hun thuismarkten. Het sterke eigen vermogen van onze merken werd onlangs erkend door Interbrand, dat Budweiser en Corona opnieuw in haar top 100 van wereldwijde merken heeft opgenomen. De merken waren de twee hoogst gerangschikte biermerken, en beide zijn erop vooruitgegaan in de rankings ten opzichte van vorig jaar. Daarnaast is hun merkwaarde op dollarbasis ook toegenomen.

Naast premiumisering benadrukt het kader voor de uitbreiding van de categorie duidelijk de mogelijkheid om consumenten een portfolio van merken over het gehele prijspectrum aan te bieden. Dit geldt in het bijzonder voor groeiende markten, waar het besteedbaar inkomen van de consument doorgaans lager is en daarom de betaalbaarheid een beperkende factor is voor consumenten om tot de biercategorie toe te treden. Wij geloven dat een slimme betaalbaarheidsstrategie een essentieel onderdeel is om nieuwe consumenten te bereiken en bier voor nieuwe gelegenheden te introduceren. Daarom hebben we onze portfolio uitgebreid om meer toegankelijke prijspunten te bieden aan meer consumenten door initiatieven zoals nieuwe verpakkingsformaten en nieuwe bieren gebrouwen met lokale gewassen. Onze initiatieven leiden tot belangrijke resultaten in belangrijke markten zoals Brazilië, Argentinië, Colombia, Ecuador en Zuid-Afrika. Deze initiatieven leiden tot een incrementeel resultaat, maar hebben over het algemeen een verwaterend effect op de winst per hl.

Binnen het kader van onze agenda voor een Betere Wereld hebben we onlangs de tweede ronde van onze 100+ Accelerator gelanceerd. Met dit programma werken we samen met ondernemers om oplossingen te ontwikkelen voor enkele van 's werelds meest dringende uitdagingen op het vlak van milieu en op die manier onze ambitieuze duurzaamheidsdoelstellingen voor 2025 sneller te realiseren. Daarnaast hebben we tijdens de 74ste Algemene Vergadering van de Verenigde Naties ons engagement voor duurzame ontwikkeling en de Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen van de VN nog versterkt. We hebben laten zien hoe we de kracht en het bereik van onze wereldwijde merken kunnen benutten om tot actie op te roepen: het engagement van Budweiser om 100% van alle aangekochte elektriciteit uit hernieuwbare bronnen te halen, het engagement van Stella Artois om in samenwerking met Water.org ervoor te zorgen dat mensen

in ontwikkelingslanden toegang tot schoon water hebben, en de campagne van Corona die de consument uitnodigt om deel te nemen aan strandopruimacties om plasticvervuiling tegen te gaan.

Op 30 september 2019 hebben we met succes een minderheidsbelang van onze Aziatische dochteronderneming (Budweiser APAC) naar de beurs van Hong Kong gebracht voor 5,75 miljard USD. Op die manier hebben we een superieure regionale kampioen in de sector van de consumptiegoederen gecreëerd, die goed gepositioneerd is om zich op de snelst groeiende markten in de Aziatische regio uit te breiden, over heel getalenteerde medewerkers beschikt en een ongeëvenaarde portefeuille aan lokale, internationale en wereldwijde merken aanbiedt. We zijn ervan overtuigd dat een lokale notering van Budweiser APAC een aantrekkelijk platform biedt voor potentiële fusies en overnames in de regio. De netto-opbrengsten van deze transactie worden gebruikt om schulden af te betalen, en we hebben al kennisgevingen van terugbetaling verzonden voor het volledige bedrag van deze netto-opbrengsten. Na de succesvolle beursgang van Budweiser APAC en rekening houdende met de verwachte opbrengsten van het afstoten van Australische activiteiten (met uitzondering van de EBITDA van de laatste 12 maanden van de Australische activiteiten), verwachten we dat de verhouding tussen nettoschuld en EBITDA lager dan 4x zal zijn einde 2019, een jaar eerder dan oorspronkelijk verwacht.

We hebben onlangs nog een andere belangrijke mijlpaal gevierd: de derde verjaardag van onze combinatie met SAB. We hebben onze doelstelling om 3,2 miljard USD aan synergieën te realiseren een jaar vroeger dan gepland waargemaakt en daarbij 750 miljoen USD meer bespaard dan oorspronkelijk voorzien. Deze combinatie heeft een echte transformatie in gang gezet en draait om zoveel meer dan alleen maar kostensynergieën. We hebben twee prachtige bedrijven samengebracht om de eerste echte wereldwijde brouwer en een van de belangrijkste bedrijven actief in consumptiegoederen tot stand te brengen. We bekleden nu een leidinggevende positie op zeven van de tien belangrijkste winstmarkten voor bier en hebben een superieure merkenportefeuille die acht van de tien meest waardevolle biermerken ter wereld omvat volgens BrandZ. De combinatie van grotendeels complementaire werkgebieden heeft onze geografische voetafdruk aanzienlijk gediversifieerd en biedt ons een veel sterkere aanwezigheid op opkomende markten met de meest aantrekkelijke groeivoorzichten, in het bijzonder Afrika en Latijns-Amerika.

Door de uitstekende merken, geografische voetafdrukken en getalenteerde medewerkers van deze twee fantastische bedrijven samen te brengen, zijn we geëvolueerd naar een bedrijf dat slimmer, meer strategisch en sterker groeigericht is dan ooit tevoren, waardoor we goed gepositioneerd zijn om de groei van de wereldwijde biercategorie op lange termijn te sturen.

VOORUITZICHTEN VOOR 2019

- (i) **Algemeen resultaat:** We verwachten nog steeds dat onze opbrengsten in FY19 een mooie groei zullen kennen onder impuls van de sterke resultaten van onze merkenportefeuille en degelijke commerciële plannen. Op markten met een zwak economisch klimaat versnellen we onze inspanningen op het vlak van betaalbaarheid met initiatieven die lagere opbrengsten per hl opleveren maar toch een bijkomende winst genereren. Dat zou ertoe moeten leiden dat de opbrengsten per hl minder sterk groeien dan de inflatie in FY19. We verwachten nog steeds een meer gebalanceerde opbrengstengroei tussen volumes en opbrengsten per hl en gaan er nog altijd van uit dat onze totale kosten (som van de KVG per hl en VAA) minder dan de inflatie zullen toenemen. Alles bij elkaar genomen blijven we vertrouwen hebben in onze strategie en in de fundamentele sterkte van onze activiteiten, ook al verwachten we nu een gematigde EBITDA-groei voor FY19 omwille van de zwakkere resultaten in 3Q19 waarvan we vermoeden dat deze trend zich in 4Q19 doorzet.
- (ii) **Kostprijs Verkochte Goederen:** We verwachten nog steeds dat de KVG per hl een gemiddelde eencijferige groei zal kennen, waarbij nadelige valutaschommelingen en stijgende grondstofprijzen gecompenseerd zullen worden door initiatieven op het vlak van kostenbeheer.

- (iii) **Synergieën:** We hebben onze ambitie waargemaakt om 3,2 miljard USD aan synergieën en kostenbesparingen te realiseren bij constante wisselkoersen vanaf augustus 2016. Van dit totale bedrag werd 547 miljoen USD door het voormalige SAB gerapporteerd op datum van 31 maart 2016 en werd 2 653 miljoen USD tussen 1 april 2016 en 30 september 2019 gerealiseerd.
- (iv) **Netto financiële kosten:** We schatten dat de gemiddelde coupon op de brutoschuld in FY19 tussen 3,75 en 4,00% zal bedragen. We passen onze verwachtingen aan voor de netto-interestkosten voor pensioenen en de periodoetorekeningskosten, inclusief wijzigingen onder IFRS 16 (leaserapportage), en gaan er nu van uit dat die gemiddeld ongeveer 180 miljoen USD per kwartaal zullen bedragen. De aanpassing kadert binnen een stijging in het vierde kwartaal. De netto financiële kosten zullen invloed blijven ondervinden van potentiële winsten en verliezen die verband houden met de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's.
- (v) **Effectieve aanslagvoet (EAV):** We verwachten dat de genormaliseerde EAV in FY19 tussen 25% en 27% zal liggen, exclusief eventuele winsten of verliezen gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde programma's.
- (vi) **Netto-investeringsuitgaven:** We verwachten dat de netto investeringsuitgaven tussen 4,0 en 4,5 miljard USD zullen bedragen in FY19.
- (vii) **Schuld:** Ongeveer 40% van onze brutoschuld is uitgedrukt in andere valuta dan de US dollar, hoofdzakelijk in euro. Onze optimale kapitaalstructuur blijft een verhouding tussen de nettoschuld en de EBITDA van rond de 2x. Na de succesvolle beursgang van Budweiser APAC en rekening houdende met de verwachte opbrengsten van het afstoten van Australische activiteiten (met uitzondering van de EBITDA van de laatste 12 maanden van de Australische activiteiten) zal de verhouding tussen nettoschuld en EBITDA lager dan 4x zijn einde 2019, een jaar eerder dan oorspronkelijk verwacht.
- (viii) **Dividenden:** We verwachten dat de dividenden na verloop van tijd zullen toenemen, ook al wordt verondersteld dat de groei op korte termijn beperkt zal blijven gezien onze verbintenissen op het vlak van schuldafbouw.

OVERZICHT VAN DE BEDRIJFSACTIVITEITEN

Verenigde Staten

In de VS stegen de opbrengsten met 0,2% in dit kwartaal en met 1,2% in 9M19, met een groei van de opbrengsten per hl met 3,4% in zowel 3Q19 als 9M19, mede dankzij onze premiumiseringsstrategie en initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer. We schatten dat de leveringen aan kleinhandelaren (VAK) in de sector met 1,7% daalden in 3Q19, wat een verbetering is ten opzichte van de daling met 2,2% in de sector in HY19. Dit resulteert in een daling in de sector met 2,0% in 9M19. De resultaten in de sector in 3Q19 werden positief beïnvloed door de groei van de categorie 'Hard Seltzer', waarin wij momenteel onvoldoende vertegenwoordigd zijn. Onze eigen VAK daalden met 3,5%, terwijl onze leveringen aan groothandelaren (VAG) een daling met 3,1% kenden aangezien de leveringen zoals verwacht op hetzelfde niveau beginnen te komen als de VAK. In 9M19 daalden onze VAK met 3.1% en onze VAG met 2,2%.

We schatten dat we ongeveer 85 basispunten marktaandeel verloren hebben in 3Q19 ten gevolge van de groei van het segment 'Hard Seltzer' in de categorie 'gearomatiseerde moutdranken' en binnen het kader van de timing van de leveringen voorafgaand aan een prijsverhoging in oktober 2018. Indien er geen rekening gehouden wordt met de categorie 'gearomatiseerde moutdranken', dan hebben we 35 basispunten marktaandeel verloren. In 9M19 hebben we naar schatting in het algemeen 55 basispunten marktaandeel verloren en binnen de biercategorie (exclusief gearomatiseerde moutdranken) 15 basispunten.

We zien de groei van het segment 'Hard Seltzer' als positief voor de categorie moutdranken, trekt consumenten uit andere alcoholsegmenten aan en genereert een belangrijke interesse aangezien het segment inspeelt op consumententrends, waaronder premiumisering en gezondheid en welzijn. We schatten dat meer dan de helft van de groei van het segment 'Hard Seltzer' een bijdrage levert aan de categorie moutdranken. Naarmate de categorie 'Hard Seltzer' evolueert, zal de consument volgens ons om meer keuzemogelijkheden vragen; een portefeuillebenadering zal dan ook essentieel zijn voor succes op de lange termijn. We zijn druk bezig met de uitbreiding en verbetering van onze 'Hard Seltzer'-portefeuille, te beginnen met ons premiummerk Bon & Viv en de recente succesvolle lancering van Natty Light Seltzer, dat we aanbieden tegen een meer toegankelijke prijs. Natty Light Seltzer kende een sterke start en ons aandeel binnen het segment is sinds de lancering bijna verdubbeld. Beide merken behoren volgens IRI nu tot de top 15 van innovaties in de categorie moutdranken die het snelst marktaandeel veroveren in 2019. We kondigen ook graag de aanstaande lancering van Bud Light Seltzer aan, die volgens ons zal profiteren van de kracht van een gevestigd merk te benutten binnen een nieuwe categorie. We geloven dat we goed gepositioneerd zijn om in dit groeiende segment succes te boeken met onze huidige portefeuille en de fantastische innovaties die bij ons nog in de pijplijn zitten.

Onze portefeuille Above Core-merken deed het opnieuw beter dan de sector en veroverde 90 basispunten marktaandeel volgens onze schattingen. De belangrijkste stijgers waren de merkenfamilie Michelob Ultra en onze portefeuille regionale ambachtelijke bieren. Michelob Ultra kende opnieuw een dubbelcijferige groei, boekte marktaandeel in alle 50 staten in 3Q19 en was de snelste stijger qua marktaandeel in de sector in 9M19. Michelob Ultra Pure Gold Organic kende een volumegroei van meer dan 80%, terwijl Michelob Ultra Infusions meer dan 50% groeide. Onze portefeuille regionale ambachtelijke bieren kende een dubbelcijferige groei in 3Q19 en veroverde marktaandeel binnen het segment ambachtelijke bieren.

Onze innovatiepijplijn blijft marktaandeel veroveren, en we schatten dat onze innovaties dit jaar goed waren voor ongeveer de helft van het totale volume van innovaties in de sector. Onze meest succesvolle innovaties waren Michelob Ultra Infusions, Naturdays en Natty Light Seltzer.

Het pilssegment blijft onder druk staan aangezien de consument overschakelt op duurdere merken. Bijgevolg is het marktaandeel van onze portefeuille pilsbieren naar schatting met 175 basispunten gedaald in 3Q19, deels ten gevolge van de timing van onze prijsverhoging in 2018. Binnen het pilssegment is ons marktaandeel met 20 basispunten gedaald in het kwartaal en met 10 basispunten in 9M19, vergeleken met een daling met 35 basispunten in FY18.

De EBITDA steeg met 0,9% in 3Q19, en de marge nam met 28 basispunten toe tot 41,1%, onder impuls van een positieve merkenmix en aanhoudende kostenbesparingen. De EBITDA nam met 2,0% toe in 9M19, met een groei van de marge met 34 basispunten tot 40,5%.

Mexico

Onze activiteiten in Mexico kenden opnieuw een heel sterk kwartaal. We noteerden een lage dubbelcijferige opbrengstengroei onder impuls van een hoge eencijferige volumegroei in een sector die een gemiddelde eencijferige groei kende. De opbrengsten per hl kenden in lijn met de inflatie een lage eencijferige groei. In 9M19 was er sprake van een hoge eencijferige opbrengstengroei met een gemiddelde eencijferige volumegroei en een lage eencijferige groei van de opbrengsten per hl.

We boekten een gezonde algemene volumegroei in alle regio's en segmenten. We zetten opnieuw sterke en consistente resultaten met onze merkenportefeuille neer aangezien we een beroep blijven doen op ons kader voor uitbreiding van de categorie, met een versnelde groei van onze portefeuille Core-merken dankzij Corona en Victoria. Onze resultaten werden in aanzienlijke mate positief beïnvloed door het aanhoudende succes van de High End Company. Onze premiummerken kenden een groei van meer dan 20%, met als

belangrijkste stijgers Modelo en Michelob Ultra. Vergeleken met andere markten met een gelijkaardige maturiteit is het premiumsegment ondervertegenwoordigd in Mexico, en we zien dan ook veel mogelijkheden voor aanhoudende groei binnen dit segment.

Eerder dit jaar zijn we begonnen met de lancering van onze producten in OXXO, de grootste retailer in Mexico, waar onze bieren voorheen niet verkrijgbaar waren. Na een initiële campagne in Guadalajara in april zijn we begin juni naar de regio rond Mexico City getrokken, en we kunnen vaststellen dat het marktaandeel van onze portefeuille al aanzienlijk is toegenomen. Onze producten zullen tegen eind 2022 geleidelijk verkrijgbaar worden in de meer dan 17 000 OXXO-filialen verspreid over het hele land.

De EBITDA is met meer dan 20% gestegen, en de EBITDA-marge is aanzienlijk toegenomen in 3Q19, onder impuls van de sterke resultaten op het vlak van volume, opbrengsten per hl en kostenbesparingen, die gedeeltelijk tenietgedaan werden door de fasering van de verkoop- en marketinginvesteringen. De uitstekende volumeresultaten zijn in belangrijke mate te danken aan een efficiëntere distributie en een hoger niveau van dienstverlening ten gevolge van aanhoudende investeringen in capaciteitsuitbreiding en onze toeleveringsketen. In 9M19 kende de EBITDA een groei van meer dan 20% met een consistente groei van de marge.

Colombia

Onze activiteiten in Colombia hebben dit kwartaal heel goede resultaten neergezet, met een gemiddelde eencijferige stijging van de opbrengsten en een lage eencijferige stijging van de opbrengsten per hl. De volumegroei is sinds de eerste helft van het jaar versneld en zowel het volume bieren als het volume niet-bieren kende een gemiddelde eencijferige stijging, met als gevolg onze beste volumegroei in een kwartaal in het land sinds de combinatie met SAB afgerond werd in oktober 2016. In 9M19 kenden de opbrengsten een gemiddelde eencijferige groei en was er een lage eencijferige groei van de opbrengsten per hl en het volume (lage eencijferige stijging van het volume bieren, gemiddelde eencijferige stijging van het volume niet-bieren).

We schatten dat het aandeel op de markt van alcoholhoudende dranken van onze portefeuille bieren in 3Q19 met 10 basispunten is toegenomen. We blijven ons toelagen op de verdere ontwikkeling van de biercategorie en benutten ons kader voor de uitbreiding van de categorie om meer consumenten op meer gelegenheden te bereiken naarmate we ons verpakkingsformaat van 1 liter uitbreiden om de slimme betaalbaarheid te bevorderen. We zetten in de sector de toon op het vlak van premiumiserings-inspanningen, wat resulteert in een premiumsegment dat de afgelopen drie jaar met meer dan 60% toegenomen is, wat aanzienlijk sneller is dan het marktgemiddelde. Onze wereldwijde merkenportefeuille draagt prominent bij aan deze groei en blijft goede resultaten neerzetten via uitbreiding en succesvolle activeringen. De volumes van onze portefeuille wereldwijde merken zijn dit kwartaal met ruim 50% gestegen mede dankzij een driecijferige groei van Budweiser en een aanhoudende sterke tweecijferige groei van Corona. Binnen onze portefeuille Core-merken blijft Aguila het heel goed doen. Succesvolle verpakkingsinnovaties en lijnextensies zorgden voor een versnelde groei ten opzichte van het vorige kwartaal.

Binnen onze portefeuille niet-bieren zetten onze niet-alcoholische moutdranken Pony Malta en Malta Leona opnieuw een sterke groei neer dankzij de lancering van succesvolle innovaties. Onze nieuwe lijnextensie Pony Vital werd als een 'gezonder' alternatief gelanceerd aangezien er 40% minder suiker in zit dan in traditionele moutdranken, en nieuwe verpakkingsopties van onze portefeuille hebben ons in staat gesteld om beter betaalbare opties aan te bieden zodat we meer consumenten kunnen bereiken.

In 3Q19 kende onze EBITDA een lage eencijferige groei en kromp de marge met meer dan 200 basispunten. De sterke opbrengstresultaten en aanhoudende kostendiscipline werden grotendeels tenietgedaan door een moeilijke vergelijkbare basis gekoppeld aan de eenmalige impact van de gunstige

afwikkeling van een rechtsvordering in 3Q18 alsook door een toename van de KVG die vooral het gevolg was van de groei van onze wereldwijde merken. De EBITDA kende een hoge eencijferige groei in 9M19, en de marge kende een stijging van meer dan 100 basispunten.

Brazilië

In Brazilië stegen onze opbrengsten met 1,5% in 3Q19, met een stijging van de opbrengsten per hl met 2,1% en een daling van het totale volume met 0,6%. We schatten dat de biersector een lage eencijferige groei kende in het kwartaal terwijl onze biervolumes er met 3,0% op achteruitgingen ten gevolge van een prijsverhoging in lijn met de inflatie. De impact van de prijsverhoging werd versterkt door gelijktijdige kortingsacties van concurrenten en een uitdagende macro-economische omgeving waarin het reëel beschikbaar inkomen van de consument onder druk blijft staan. De prijsstijging en de positieve merkenmix gekoppeld aan de groei van onze portefeuille premiummerken werden gedeeltelijk tenietgedaan door de geografische mix aangezien we sneller blijven groeien in de noordelijke en noordoostelijke regio's. Onze volumes niet-bieren namen met 6,5% toe terwijl de sector slechts een lage eencijferige groei neerzette. Onze groei werd ondersteund door succesvolle initiatieven binnen het gehele prijspectrum die onder andere gericht zijn op verdere premiumisering van de categorie en activatie van slimme betaalbaarheidsstrategieën op belangrijke kanalen voor goedkope producten. In 9M19 stegen de opbrengsten met 9,1%, met een groei van de opbrengsten per hl met 3,7% en een volumegroei van 5,2% (bieren +3,8%, niet-bieren +9,4%), een beter resultaat dan dat van beide sectoren, die een lage eencijferige groei kenden.

Binnen onze portefeuille premiummerken boekten we opnieuw een dubbelcijferige groei. Dit gold zowel voor onze wereldwijde merken (met als belangrijkste uitschieters Corona en Stella Artois) als voor onze lokale premiummerken (met als belangrijkste uitschieters Antarctica Original en onze portefeuille ambachtelijke bieren). In het segment Core Plus gaat Bohemia er snel op vooruit vanuit een betekenisvolle basis en heeft nu al drie kwartalen op rij een driecijferige groei neergezet. De resultaten van onze portefeuille Core-merken werden opnieuw positief beïnvloed door de innovatie Skol Puro Malte, die aan een sterke opmars bezig is sinds de nationale lancering in het vorige kwartaal. Onze slimme betaalbaarheidsstrategie is gericht op regionale merken zoals Nossa, Magnífica en Legítima, die met ingrediënten gebrouwen worden die door lokale landbouwers geteeld worden en marktaandeel blijven veroveren in het segment van de goedkope bieren. Deze merken versterken onze aanwezigheid in relevante deelstaten aangezien ze de consument een toegankelijk prijspunt bieden, wat resulteert in lagere opbrengsten per hl maar ons wel in staat stelt om vergelijkbare marges als onze Core-portefeuille aan te houden.

De EBITDA daalde met 16,5% en de marge kromp met 810 basispunten tot 37,9% in 3Q19 onder impuls van een hogere KVG ten gevolge van de timing van de afdekkingen van grondstofprijzen en transactievaluta en een moeilijke vergelijkbare basis binnen onze niet-bieractiviteiten. Dit resultaat was in lijn met onze verwachting dat de KVG per hl in Brazilië met ongeveer 15% zou toenemen in 2019, waarbij deze stijging vooral in de eerste drie kwartalen van het jaar zou plaatsvinden. De EBITDA daalde in 9M19 met 3,4% terwijl de marge met 509 basispunten afnam tot 39,3%.

Zuid-Afrika

Ondanks een aanhoudende uitdagende macro-economische omgeving hebben we dit kwartaal sterke opbrengstresultaten geboekt met onze activiteiten in Zuid-Afrika. Mede dankzij een gunstige vergelijkbare basis hebben we een dubbelcijferige opbrengstengroei en hoge eencijferige volumegroei gerealiseerd. De opbrengsten per hl kenden een lage eencijferige groei gekoppeld aan een positieve merkenmix die vooral te danken was aan de groei van onze premiumportefeuille en initiatieven op het vlak van

opbrengstenbeheer. In 9M19 zetten de opbrengsten een gemiddelde eencijferige groei neer en kenden de volumes en de opbrengsten per hl een lage eencijferige groei.

We blijven focussen op een verdere ontwikkeling van de biercategorie en schatten dat we ons aandeel op de totale alcoholmarkt dit kwartaal opnieuw vergroot hebben. In het premiumsegment, waar we ondervertegenwoordigd zijn, hebben we ons hoogste marktaandeel ooit gerealiseerd. Het segment blijft sneller groeien dan de volledige sector, en onze merken blijven uitstekende resultaten neerzetten, en dan in het bijzonder Corona met een driecijferige groei. We gebruiken onze portefeuille om aan de noden van meer consumenten op meer gelegenheden te voldoen, en Brutal Fruit en Flying Fish kenden een sterke dubbelcijferige groei dit kwartaal.

De EBITDA noteerde een lage eencijferige daling in 3Q19 en de marge ging er met ruim 500 basispunten op achteruit onder impuls van een verwachte hogere KVG per hl ten gevolge van de timing van de afdekkingen van grondstofprijzen en transactie valuta gekoppeld aan significante verhogingen van onze marketinginvesteringen in onze groeiende portefeuille premiummerken en onze programma's voor de horeca. In 9M19 kende de EBITDA een hoge eencijferige daling en kromp de marge met meer dan 600 basispunten.

China

Onze opbrengsten in China daalden lichtjes met 0,2% aangezien een groei van de opbrengsten per hl met 6,0% tenietgedaan werd door een daling van het volume met 5,9% in 3Q19. De groei van de opbrengsten per hl was in eerste instantie het gevolg van de aanhoudende premiumisering en werd ondersteund door initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer. De volumedaling is het resultaat van de fasering van de leveringen in 2Q19 voorafgaand aan de activeringen (zoals aangegeven tijdens het vorige kwartaal) maar houdt ook verband met de mindere resultaten in het nachtleven, waar onze portefeuille oververtegenwoordigd is. In 9M19 stegen de opbrengsten met 4,7% als gevolg van de groei van de opbrengsten per hl met 7,2% en een daling van de volumes met 2,3%.

Onze superpremiumportefeuille deed het opnieuw uitstekend met een dubbelcijferige volumegroei, en we blijven goed gepositioneerd om voordeel te blijven halen uit de aanhoudende premiumiseringstrends, in het bijzonder aangezien Corona het leidinggevende premiummerk in het land is. In het premiumsegment namen de volumes Budweiser dit kwartaal af ten gevolge van de zwakkere resultaten in het nachtleven aangezien Budweiser algemeen bekendstaat als het leidinggevende merk in het nachtleven. We hebben onlangs onze Budweiser-voetbalcampagne gelanceerd, waarbij we gebruik maken van onze wereldwijde sponsoring van de Engelse Premier League en de Spaanse La Liga om ons te concentreren op een belangrijk passiepunt van de consument. In onze Core Plus-portefeuille kende onze innovatie Harbin Crystal opnieuw een heel sterke groei aangezien consumenten blijven overschakelen op duurdere merken. We blijven de toon aangeven in de biercategorie binnen e-commerce in het algemeen, en kennen een sterke dubbelcijferige groei binnen dit snelgroeiende kanaal.

De EBITDA steeg met 11,4% in 3Q19 en de marge nam met bijna 400 basispunten toe onder impuls van de merkenmix gekoppeld aan premiumisering en aanhoudende kostendiscipline. De EBITDA groeide met 18,2% in 9M19, en de marge kende een stijging met meer dan 450 basispunten.

Hoogtepunten van onze andere markten

In **Canada** noteerden we een lage eencijferige opbrengstendaling in 3Q19, waarbij een daling van de volumes ten gevolge van een zwakke biersector gedeeltelijk werd gecompenseerd door een lage eencijferige groei van de opbrengsten per hl. Onze High End Company blijft het uitstekend doen en verovert marktaandeel binnen het premiumsegment, in het bijzonder met onze premium importmerken, waaronder Corona en Hoegaarden. In het Core-segment blijft Bud Light marktaandeel veroveren, en in het Core Plus-

segment kende Michelob Ultra opnieuw een dubbelcijferige groei, waardoor het merk zijn positie versterkt als het snelst groeiende merk in het land.

In **Peru** hebben we ondanks een lage eencijferige volumedaling een lage eencijferige opbrengstengroei en gemiddelde eencijferige stijging van de opbrengsten per hl gerealiseerd. De gezonde groei van de opbrengsten per hl was te danken aan een positieve merkenmix aangezien onze portefeuille wereldwijde merken opnieuw een dubbelcijferige groei kende. In **Ecuador** noteerden we een gemiddelde eencijferige daling van onze opbrengsten en volumes in het licht van een uitdagende macro-economische omgeving die een negatieve impact op de consumptie heeft. Om aan de zwakkere consumentenomgeving tegemoet te komen, hebben we slimme betaalbaarheidsinitiatieven gelanceerd zoals een herbruikbare glazen fles van 1 liter voor onze portefeuille Core-merken. Onze portefeuille premiummerken blijft het goed doen met groei voor onze portefeuille wereldwijde merken maar ook voor onze lokale kampioen Club Premium.

In **Argentinië** kenden de volumes een gemiddelde eencijferige stijging onder impuls van de fasering van de leveringen voorafgaand aan een geplande prijsverhoging in oktober 2019 en een gunstige vergelijkbare basis. De opbrengsten en de opbrengsten per hl kenden in lijn met de inflatie een dubbelcijferige groei. Hoewel de macro-economische omgeving uitdagend blijft, blijven we ons toeleggen op investeringen in onze sterke merkenportefeuille. Onze premiummerken hebben heel mooie resultaten voorgelegd met een dubbelcijferige groei die vooral te danken is aan onze wereldwijde merken en onze lokale kampioen Patagonia. In het Core Plus-segment blijft ons lokaal merk Andes Origen het goed doen met een dubbelcijferige groei. Met het oog op de moeilijke macro-economische omstandigheden blijven we onze slimme betaalbaarheidsstrategie verder ontwikkelen met voorstellen op nieuwe prijspunten.

Binnen EMEA kende **Europa** een lage eencijferige volumestijging ondanks een moeilijke vergelijkbare basis binnen het kader van de 2018 FIFA World Cup Russia™, en volgens onze schattingen hebben we dit kwartaal marktaandeel veroverd op het merendeel van onze markten. De opbrengsten daalden met iets meer dan 1%, vooral onder impuls van een negatieve merkenmix gekoppeld aan de uitbreiding van onze portefeuille voor nieuwe punten binnen het prijspectrum. De EBITDA-daling was het gevolg van de fasering van verkoop- en marketinginvesteringen volgend op de 2018 FIFA World Cup Russia™, nieuwe merk Lanceringen en een hogere KVG per hl gekoppeld aan de timing van de afdekkingen van de grondstofprijzen. In het VK hebben we op basis van onze volumes opnieuw een opbrengstengroei gerealiseerd dankzij aanhoudende dubbelcijferige groei van Corona en Budweiser. Na een succesvolle lancering eerder dit jaar blijft Budweiser zijn positie in Frankrijk versterken, en we hebben dit momentum aangegrepen om Budweiser dit kwartaal in Nederland te lanceren, en de start is alvast veelbelovend. In **Afrika** (zonder Zuid-Afrika) daalden de volumes in Tanzania en Mozambique, maar in Zambia was er wel een dubbelcijferige volumegroei en in Oeganda konden we weer met groei aanknopen. In Nigeria blijven de volumes toenemen ondanks een heel uitdagende vergelijkbare basis binnen het kader van een versnelde groei in het voorgaande jaar na de opening van onze vierde brouwerij. We zien nog altijd heel wat potentieel voor onze merkenportefeuille in het land, en dan vooral voor Trophy, Hero en Budweiser.

Onze activiteiten in **Zuid-Korea** kenden een heel zwak kwartaal met een daling van de opbrengsten en de volumes. De resultaten zijn grotendeels te verklaren door een zwakke sector en een uitdagende concurrentiële omgeving na een prijsverhoging in april. We hebben commerciële investeringen gedaan en acties op het vlak van opbrengstenbeheer ondernomen om de impact op onze resultaten te beperken, waaronder een recent besluit om de eerder dit jaar doorgevoerde prijsverhoging terug te draaien om de binnenlandse bierindustrie nieuw leven in te blazen in het licht van de macro-economische neergang. We blijven succesvol met onze premiumportefeuille en de High End Company, met als uitschieter Stella Artois.

GECONSOLIDEERDE RESULTATENREKENING

Tabel 3. Geconsolideerde resultatenrekening (miljoen USD)

	3Q18	3Q18	3Q19	Interne groei
	Geherformuleerd	Referentiebasis		
Opbrengsten	12 916	13 180	13 172	2.7%
Kostprijs verkochte goederen	-4 861	-4 963	-5 140	-6.9%
Brutowinst	8 055	8 217	8 032	0.1%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-4 096	-4 156	-4 193	-4.5%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	216	220	275	27.8%
Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige opbrengsten/(kosten)	4 175	4 281	4 114	-2.6%
Eenmalige opbrengsten/(kosten) boven EBIT	- 52		- 55	
Netto financiële opbrengsten/ (kosten)	-1 797		- 677	
Eenmalige netto financiële opbrengsten/ (kosten)	- 595		581	
Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen	32		31	
Belastingen	- 605		- 768	
Winst van beëindigde activiteiten	1 158		3 226	
Resultaten van beëindigde activiteiten	99		73	
Winst	1 257		3 299	
Winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen	298		296	
Winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	959		3 003	
Genormaliseerde EBITDA	5 314	5 433	5 291	0.0%
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 517		2 412	

	9M18	9M18	9M19	Interne groei
	Geherformuleerd	Referentiebasis		
Opbrengsten	39 249	39 249	38 994	4.8%
Kostprijs verkochte goederen	-14 869	-14 869	-15 092	-6.9%
Brutowinst	24 380	24 380	23 902	3.6%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-12 723	-12 723	-12 272	-2.3%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	612	612	663	15.1%
Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige opbrengsten/(kosten)	12 269	12 269	12 293	5.5%
Eenmalige opbrengsten/(kosten) boven EBIT	- 244		- 158	
Netto financiële opbrengsten/ (kosten)	-4 682		-2 047	
Eenmalige netto financiële opbrengsten/ (kosten)	-1 089		1 781	
Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen	125		94	
Belastingen	-1 906		-2 332	
Winst van beëindigde activiteiten	4 473		9 631	
Resultaten van beëindigde activiteiten	374		310	
Winst	4 847		9 941	
Winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen	934		883	
Winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	3 913		9 058	
Genormaliseerde EBITDA	15 713	15 713	15 735	5.6%
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	4 843		7 125	

Eenmalige opbrengsten en kosten boven EBIT

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

	3Q18	3Q19	9M18	9M19
	Geherformuleerd		Geherformuleerd	
Herstructurering	- 50	- 30	- 183	- 86
Verwervingskosten van bedrijfscombinaties	- 14	- 12	- 52	- 35
Verkoop van activiteiten en activa (inclusief bijzondere)	12	- 7	- 9	- 31
Kosten gerelateerd aan de notering van minderheidsbelang van Budweiser APAC	-	- 6	-	- 6
Impact op bedrijfsresultaat	- 52	- 55	- 244	- 158

Het genormaliseerde bedrijfsresultaat is exclusief 55 miljoen USD aan eenmalige kosten in 3Q19, vooral ten gevolge van de eenmalige kosten in verband met de integratie van SAB.

Netto financiële opbrengsten/(kosten)

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

	3Q18	3Q19	9M18	9M19
	Geherformuleerd		Geherformuleerd	
Netto-interestkosten	- 918	- 862	- 2 873	- 2 808
Netto-interestkosten voor pensioenen	- 23	- 24	- 71	- 71
Periode toerekeningkosten	- 106	- 168	- 343	- 455
Aanpassing aan marktwaarde	- 616	549	- 874	1 672
Overige financiële resultaten	- 134	- 172	- 521	- 385
Netto financiële opbrengsten/ (kosten)	- 1 797	- 677	- 4 682	- 2 047

De netto financiële kosten werden positief beïnvloed door de marktwaardewinsten gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's. 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 6.

Tabel 6. Afdekking van op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's

	3Q18	3Q19	9M18	9M19
Aandelenkoers per begin periode (euro per aandeel)	86.50	77.84	93.13	57.70
Aandelenkoers per einde periode (euro per aandeel)	75.22	87.42	75.22	87.42
Aantal eigen-vermogeninstrumenten per einde periode (miljoen)	46.9	46.9	46.9	46.9

Eenmalige netto financiële opbrengsten/(kosten)

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

	3Q18	3Q19	9M18	9M19
Aanpassing aan marktwaarde (Grupo Modelo instrument voor uitgestelde	- 301	274	- 428	830
Andere aanpassing aan marktwaarde	- 294	265	- 417	807
Kosten gerelateerd aan vervroegde terugbetaling van obligaties & andere	-	42	- 244	144
Eenmalige netto financiële opbrengsten/ (kosten)	- 595	581	- 1 089	1 781

De eenmalige netto financiële opbrengsten omvatten marktwaardewinsten op afgeleide instrumenten aangaan ter afdekking van de aandelen die uitgegeven werden in het kader van de combinaties met Grupo Modelo en SAB.

Een overzicht van het aantal aandelen die opgenomen zijn in de afdekking van het instrument voor uitgestelde aandelen en van de beperkte aandelen wordt samen met de start- en slotkoers van de aandelen weergegeven in tabel 8.

Tabel 8. Eenmalige uitgestelde aandelen instrumenten

	3Q18	3Q19	9M18	9M19
Aandelenkoers per begin kwartaal (euro per aandeel)	86.50	77.84	93.13	57.70
Aandelenkoers per einde kwartaal (euro per aandeel)	75.22	87.42	75.22	87.42
Aantal eigen-vermogeninstrumenten per einde periode (miljoen)	45.5	45.5	45.5	45.5

Belastingen

Tabel 9. Belastingen (miljoen USD)

	3Q18 Geherformuleerd	3Q19	9M18 Geherformuleerd	9M19
Belastingen	605	768	1 906	2 332
Effectieve Aanslagvoet	35.0%	19.4%	30.5%	19.6%
Genormaliseerde Effectieve Aanslagvoet	24.9%	22.6%	25.5%	22.8%
Genormaliseerde Effectieve Aanslagvoet exclusief aanpassing aan	19.8%	26.8%	22.9%	27.2%

De stijging van onze genormaliseerde EAV exclusief marktwaardewinsten en -verliezen gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's houdt vooral verband met de landenmix.

Winst, genormaliseerde winst en onderliggende winst

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

	3Q18 Geherformuleerd	3Q19	9M18 Geherformuleerd	9M19
Winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-	959	3 003	3 913	9 058
Eenmalige opbrengsten en kosten, voor belastingen	52	55	244	158
Eenmalige financiële (opbrengsten)/kosten, voor belastingen	595	- 581	1 089	-1 781
Eenmalige belastingen	13	- 7	- 29	- 2
Eenmalige minderheidsbelangen	- 4	14	-	2
Resultaten van beëindigde activiteiten	- 99	- 73	- 374	- 310
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev	1 517	2 412	4 843	7 125
Onderliggende winst toe te rekenen aan houders	2 190	1 870	5 771	5 462

Basis-WPA, genormaliseerde WPA en onderliggende WPA

Tabel 11. Winst per aandeel (USD)

	3Q18 Geherformuleerd	3Q19	9M18 Geherformuleerd	9M19
Basis-WPA	0.49	1.51	1.98	4.57
Eenmalige opbrengsten en kosten, voor belastingen	0.03	0.03	0.12	0.08
Eenmalige financiële (opbrengsten)/kosten, voor belastingen	0.30	- 0.28	0.54	- 0.90
Eenmalige belastingen	-	-	-	-
Resultaten van beëindigde activiteiten	- 0.05	- 0.04	- 0.19	- 0.16
Genormaliseerde WPA	0.77	1.22	2.45	3.59
Onderliggende WPA	1.11	0.94	2.92	2.76

Tabel 12. Belangrijkste drijfveren van de genormaliseerde & onderliggende WPA (USD)

	3Q18	3Q19	9M18	9M19
	Geherformuleerd		Geherformuleerd	
Genormaliseerde EBIT exclusief hyperinflatie	2.24	2.12	6.34	6.26
Hyperinflatie impact op genormaliseerde EBIT	- 0.13	- 0.05	- 0.13	- 0.06
Genormaliseerde EBIT	2.12	2.07	6.21	6.20
Aanpassing aan marktwaarde (afdekking van onze op aandelen)	- 0.31	0.28	- 0.44	0.84
Netto financiële kosten	- 0.60	- 0.62	- 1.93	- 1.88
Belastingen	- 0.30	- 0.39	- 0.98	- 1.18
Geassocieerde deelnemingen & minderheidbelangen	- 0.14	- 0.12	- 0.41	- 0.39
Genormaliseerde WPA	0.77	1.22	2.45	3.59
Aanpassing aan marktwaarde (afdekking van onze op aandelen)	0.31	- 0.28	0.44	- 0.84
Hyperinflatie impact op WPA	0.03	-	0.03	0.01
Onderliggende WPA	1.11	0.94	2.92	2.76

Toepassing van boekhoudkundige correcties voor de hyperinflatie in Argentinië

Na het bereiken van een cumulatief inflatiecijfer van meer dan 100% over drie jaar rapporteren we, vanaf de bekendmaking van de resultaten van 3Q18, waarin we verslag uitbrachten over de impact van de hyperinflatie voor de eerste negen maanden van 2018, de Argentijnse resultaten met de boekhoudkundige correcties voor hyperinflatie.

We hebben de Referentiebasis voor 2018 (tot genormaliseerde EBIT) aangepast op basis van de impact van boekhoudkundige correcties voor hyperinflatie in Argentinië alsof we al sinds 1 januari 2018 boekhoudkundige correcties voor hyperinflatie toepassen.

Hyperinflatie had de volgende impact op onze opbrengsten en genormaliseerde EBITDA in 3Q18 en 3Q19 en in 9M18 en 9M19:

Tabel 13. Hyperinflatie impact (miljoen USD)

Opbrengsten	3Q18	3Q19	9M18	9M19
Indexering ⁽¹⁾	51	40	106	99
Slotkoers ⁽²⁾	- 297	- 212	- 612	- 267
Totaal	- 246	- 172	- 506	- 168
EBITDA	3Q18	3Q19	9M18	9M19
Indexering ⁽¹⁾	20	17	37	41
Valuta-effect ⁽²⁾	- 120	- 91	- 245	- 105
Totaal	- 100	- 74	- 208	- 64
USDARS gemiddelde koers			22.9190	42.7441
USDARS slotkoers			40.8965	57.5593

(1) Indexering berekend op basis van de slotkoers

(2) De hyperinflatie impact wordt berekend als het verschil tussen de omrekening van de Argentijnse peso (ARS) tegen slotkoers en de omrekening tegen de gemiddelde koers voor iedere periode.

Overeenkomstig de IFRS-regels (IAS 29) moeten we de voorlopige resultaten herformuleren op basis van de gewijzigde algemene koopkracht van de lokale munteenheid, waarbij we gebruik maken van de officiële indexen voordat we de lokale bedragen omzetten aan de slotkoers van de relevante periode (bv. slotkoers op 30 september 2019 en 2018 voor de resultaten van respectievelijk 9M19 en 9M18).

De resultaten voor 3Q worden berekend door de gepubliceerde halfjaarlijkse resultaten af te trekken van de resultaten voor de periode van negen maanden. Bijgevolg worden de resultaten in Zuid-Amerika voor 3Q19 op de volgende manier negatief beïnvloed door de herformulering van de halfjaarlijkse resultaten:

Zuid Amerika HY18 als gerapporteerd	HY18 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	HY19
Opbrengsten	4 962	12	- 814	611	4 769
Kostprijs verkochte goederen	-1 879	- 57	312	- 305	-1 928
Brutowinst	3 082	- 46	- 502	306	2 841
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-1 588	- 12	250	- 75	-1 427
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	156	- 4	- 11	- 41	100
Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige opbrengsten/(kosten)	1 649	- 62	- 263	190	1 514
Genormaliseerde EBITDA	2 141	35	- 350	149	1 976

Zuid Amerika HY18 geherformuleerd tegen 9M19 wisselkoers	HY18 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	HY19
Opbrengsten	4 818	12	- 731	554	4 652
Kostprijs verkochte goederen	-1 830	- 23	285	- 322	-1 889
Brutowinst	2 987	- 12	- 446	232	2 763
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-1 549	5	224	- 69	-1 390
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	156	- 4	- 12	- 38	102
Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige opbrengsten/(kosten)	1 593	- 10	- 234	125	1 475
Genormaliseerde EBITDA	2 076	38	- 308	112	1 918

Impact van HY Geherformuleerd op 3Q resultaten	HY18 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	HY19
Opbrengsten	- 144	-	83	- 57	- 117
Kostprijs verkochte goederen	49	34	- 27	- 17	39
Brutowinst	- 95	34	56	- 74	- 78
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	39	17	- 26	6	37
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	-	-	- 1	3	2
Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige opbrengsten/(kosten)	- 56	52	29	- 65	- 39
Genormaliseerde EBITDA	- 65	3	42	- 37	- 58

(1) Halfjaarlijkse resultaten voor Zuid-Amerika met resultaten voor Argentinië gerapporteerd in Argentijnse peso (ARS) geherformuleerd voor jaar tot op heden koopkracht juni omgezet aan slotkoers voor HY van 28,8620 voor de resultaten voor HY18 en 42,4489 voor de resultaten voor HY19 (zoals gerapporteerd op 25 juli 2019).

(2) Halfjaarlijkse resultaten voor Zuid-Amerika met resultaten voor Argentinië gerapporteerd in Argentijnse peso (ARS) geherformuleerd voor jaar tot op heden koopkracht september omgezet aan slotkoers voor 9M19 van 40,8965 voor de resultaten voor 9M18 en 57,5593 voor de resultaten voor 9M19

(3) De impact van de herformulering van de halfjaarlijkse resultaten onder hyperinflatie in de resultaten voor Q3 wordt berekend als het verschil tussen (2) en (1) hierboven

De herformulering van de halfjaarlijkse resultaten op basis van de koopkracht in september en de slotkoers voor 9M had een negatieve impact van 57 miljoen USD op de opbrengsten en 37 miljoen op de

genormaliseerde EBITDA op de in 9M19 gerapporteerde organische groei en op de gerapporteerde resultaten voor 3Q19.

Binnen het kader van de rapportage van de resultaten voor 3Q19 worden deze factoren niet meegenomen in de organische berekening maar afzonderlijk vermeld in de bijlagen bij de resultaten voor 3Q19 in de kolom genaamd "herformulering van de halfjaarlijkse resultaten binnen het kader van hyperinflatie". Bij het berekenen van de organische groeipercentages voor 3Q19 wordt gekeken naar de in de bijlagen vermelde 'organische groei' bovenop de referentiebasis voor 3Q18 die aangepast werd op basis van de herformulering van de resultaten van HY18.

Overeenkomstig IAS 29 moeten we bovendien de niet-monetaire activa en passiva die aan historische kostprijs vermeld worden in de balans van activiteiten in economieën met hyperinflatie herformuleren aan de hand van inflatie-indexen, de resulterende hyperinflatie via de resultatenrekening rapporteren door middel van een specifieke post voor monetaire correcties voor hyperinflatie onder financiële kosten en eventuele uitgestelde belastingen op dergelijke correcties rapporteren.

In 9M19 hebben we een monetaire correctie van 61 miljoen USD onder financiële kosten gerapporteerd, evenals een negatieve impact op de winst toerekenbaar aan de houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev van 23 miljoen USD en een negatieve impact op de genormaliseerde WPA van 0,01 USD. In 3Q19 was er geen impact op de genormaliseerde WPA.

De Geherformuleerde Resultaten voor 2018 die rekening houden met de nieuwe regels voor rapportage van leaseovereenkomsten werden niet geherformuleerd voor rapportage met boekhoudkundige correcties voor hyperinflatie voor de periodes eindigend op 31 maart 2018 en 30 juni 2018. Bijgevolg omvatten de Geherformuleerde Resultaten voor 3Q18 de impact van hyperinflatie gedurende de eerste negen maanden van 2018. Gelieve te verwijzen naar de Referentiebasis voor 3Q18 voor de resultaten inclusief de impact van rapportage met boekhoudkundige correcties voor hyperinflatie voor 3Q19 en naar de nieuwe regels voor rapportage van leaseovereenkomsten voor resultaten tot genormaliseerde EBIT.

Reconciliatie van winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten en genormaliseerde EBITDA

Tabel 14. Reconciliatie van genormaliseerde EBITDA en winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten (miljoen USD)

	3Q18		3Q19		9M18		9M19	
	Geherformuleerd	Referentiebasis	Geherformuleerd	Referentiebasis	Geherformuleerd	Referentiebasis	Geherformuleerd	Referentiebasis
Winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-	959		3 003		3 913		9 058	
Minderheidsbelangen	298		296		934		883	
Winst	1 257		3 299		4 847		9 941	
Resultaten van beëindigde activiteiten	- 99		- 73		- 374		- 310	
Winst van beëindigde activiteiten	1 158		3 226		4 473		9 631	
Belastingen	605		768		1 906		2 332	
Aandeel in het resultaat van geassocieerde ondernemingen	- 32		- 31		- 125		- 94	
Netto financiële (opbrengsten)/ kosten	1 797		677		4 682		2 047	
Eenmalige netto financiële (opbrengsten)/ kosten	595		- 581		1 089		- 1 781	
Eenmalige (opbrengsten)/kosten boven EBIT	52		55		244		158	
Genormaliseerde EBIT	4 175	4 281	4 114	4 114	12 269	12 269	12 293	12 293
Afschrijvingen en bijzondere waardeverminderingen	1 139	1 152	1 177	1 177	3 444	3 444	3 442	3 442
Genormaliseerde EBITDA	5 314	5 433	5 291	5 291	15 713	15 713	15 735	15 735

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

De genormaliseerde EBITDA wordt berekend zonder rekening te houden met onderstaande effecten op de winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev: (i) minderheidsbelangen, (ii) 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 (viii) afschrijvingen en bijzondere waardeverminderingen.

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

INTERIMDIVIDEND

De Raad van Bestuur van AB InBev heeft een interimdividend goedgekeurd van 0,80 EUR per aandeel voor boekjaar 2019.

Tijdslijn dividend

	Ex-coupon datum	Registratiedatum	Betalingsdatum
Euronext: ABI	19 november 2019	20 november 2019	21 november 2019
MEXBOL: ANB	19 november 2019	20 november 2019	21 november 2019
JSE: ANH	20 november 2019	22 november 2019	25 november 2019
NYSE: BUD (ADR programma)	19 november 2019	20 november 2019	18 december 2019
Beperkte aandelen	19 november 2019	20 november 2019	21 november 2019

TOELICHTINGEN

Teneinde het inzicht in de onderliggende prestaties van AB InBev te vergemakkelijken, steunen de groeianalyses, inclusief alle toelichtingen in dit persbericht, en behoudens andersluidende vermelding, op organische en genormaliseerde groeicijfers. Met andere woorden, in de analyse van de cijfers wordt geen rekening gehouden met de impact van wijzigingen in de wisselkoersen op de omrekening van buitenlandse activiteiten, noch met scopes. Scopes vertegenwoordigen de impact van overnames en desinvesteringen, de opstart of beëindiging van activiteiten of de transfer van activiteiten tussen segmenten, winsten en verliezen uit hoofde van inperking of beëindiging van een regeling en jaar-op-jaar veranderingen in boekhoudkundige schattingen en andere veronderstellingen waarvan het management oordeelt dat ze geen onderdeel vormen van de onderliggende prestaties van de onderneming. De impact op de organische groei ten gevolge van de herformulering van de halfjaarlijkse resultaten binnen het kader van hyperinflatie op basis van de koopkracht in september en de slotkoers van 9M wordt afzonderlijk weergegeven in de bijlagen bij de resultaten voor 3Q19 in de kolom genaamd "herformulering binnen het kader van hyperinflatie" en wordt niet meegenomen in de organische groeicijfers die in de resultaten voor 3Q19 vermeld worden.

AB InBev heeft haar resultaten voor 2018 geherformuleerd rekening houdend met de nieuwe IFRS-regels voor rapportage van leaseovereenkomsten alsof het bedrijf de nieuwe norm al vanaf 1 januari 2018 had toegepast, de nieuwe bedrijfsstructuur die op 1 januari 2019 van kracht werd en na aankondiging van de overeenkomst om Carlton & United Breweries ('de Australische activiteiten'), haar Australische dochteronderneming, te verkopen aan Asahi Group Holdings, Ltd. AB InBev rapporteert de Australische activiteiten als stopgezette activiteiten in een afzonderlijke rij van de geconsolideerde resultatenrekening "winst uit stopgezette activiteiten" overeenkomstig de IFRS-regels. Deze presentatie wordt de "Geherformuleerde Resultaten voor 2018" genoemd. Bijgevolg houden alle presentaties van AB InBevs onderliggende resultaten en organische groeicijfers geen rekening met de resultaten van de Australische activiteiten.

AB InBev heeft haar segmentrapportage voor 2018 bijgewerkt met het oog op de bekendmaking van de resultaten. Deze presentatie, die verder is bijgewerkt na presentatie van de cijfers in onze resultaten voor het eerste kwartaal en de halfjaarlijkse resultaten, wordt de "Referentiebasis voor 2018" genoemd en omvat, voor vergelijkingsdoeleinden en teneinde het inzicht in de onderliggende prestaties van AB InBev te vergemakkelijken, (i) de nieuwe organisatiestructuur die op 1 januari 2019 van kracht werd; (ii) de impact van rapportage met boekhoudkundige correcties voor hyperinflatie voor de Argentijnse activiteiten alsof de onderneming al sinds 1 januari 2018 rapporteert met boekhoudkundige correcties voor hyperinflatie; (iii) de geherformuleerde resultaten overeenkomstig de nieuwe IFRS-regels alsof het bedrijf de nieuwe norm al met ingang van 1 januari 2018 toepast; en (iv) de geherformuleerde resultaten exclusief de Australische activiteiten die vanaf 1 januari 2018 als stopgezette activiteiten worden weergegeven.

Alle verwijzingen per hectoliter (per hl) zijn exclusief de Amerikaanse niet-bieractiviteiten. Verwijzingen naar de High End Company betreffen een business unit met een portefeuille van wereldwijde merken, ambachtelijke merken en merken van speciaalbiere in 21 landen.

Telkens wanneer er in dit document sprake is van prestatie-indicatoren (EBITDA, EBIT, winst, belastingvoet, winst per aandeel), worden zij gerapporteerd op een 'genormaliseerde' basis, wat betekent dat ze gerapporteerd worden vóór eenmalige elementen en

stopgezette activiteiten. Eenmalige opbrengsten en kosten hebben betrekking op transacties die zich niet regelmatig voordoen als onderdeel van de normale activiteiten van de onderneming. Ze worden afzonderlijk meegedeeld aangezien ze omwille van hun omvang of aard belangrijk zijn om tot een goed begrip te komen van de onderliggende duurzame prestaties van de onderneming. Genormaliseerde cijfers zijn aanvullende cijfers die door het management worden gebruikt en mogen niet dienen ter vervanging van de cijfers bepaald in overeenstemming met IFRS als indicator van de prestatie van de onderneming. Op 30 maart 2018 werd de 50:50 fusie van de bestaande activiteiten van AB InBev en Anadolu Efes in Rusland en Oekraïne afgerond. De gecombineerde activiteiten zijn volledig geconsolideerd in de financiële staten van Anadolu Efes. Ten gevolge van deze transactie consolideert AB InBev haar activiteiten in Rusland en Oekraïne niet langer en sinds die datum verwerkt AB InBev haar investering in AB InBev Efes administratief volgens de vermogensmutatiemethode. Op 19 juli 2019 maakte AB InBev bekend dat het een overeenkomst gesloten had om de Australische activiteiten te verkopen aan Asahi Group Holdings, Ltd. AB InBev rapporteert de Australische activiteiten vanaf 1 januari 2018 als stopgezette activiteiten in een afzonderlijke rij van de geconsolideerde resultatenrekening "winst uit stopgezette activiteiten" voor vergelijkingsdoeleinden. De optelling van cijfers in de tabellen en bijlagen kan soms leiden tot afrondingsverschillen.

De winst per aandeel voor 3Q19 en 9M19 is gebaseerd op een gewogen gemiddelde van 1 982 miljoen aandelen, vergeleken met een gewogen gemiddelde van 1 975 miljoen aandelen voor 3Q18 en 9M18.

Wettelijke disclaimer

Dit bericht bevat "toekomstgerichte verklaringen". Die verklaringen zijn gebaseerd op de huidige verwachtingen en meningen van het management van AB InBev met betrekking tot toekomstige gebeurtenissen en ontwikkelingen, en zijn uiteraard onderhevig aan onzekerheid en verandering van omstandigheden. De toekomstgerichte verklaringen in dit persbericht omvatten verklaringen die geen verklaringen over historische feiten zijn en verklaringen die typisch woorden bevatten zoals "zal", "kan", "zou", "geloven", "van plan zijn", "verwacht", "anticipeert", "beoogt", "schat", "waarschijnlijk", "voorziet" en soortgelijke bewoordingen. Alle verklaringen, behalve deze over historische feiten, zijn toekomstgerichte verklaringen. U mag niet overmatig vertrouwen op deze toekomstgerichte verklaringen, die de huidige meningen van het management van AB InBev weerspiegelen, verschillende risico's en onzekerheden inhouden met betrekking tot AB InBev en afhangen van vele factoren, waarvan sommige buiten de controle van AB InBev liggen. Er zijn belangrijke factoren, risico's en onzekerheden waardoor de daadwerkelijke uitkomsten en resultaten in belangrijke mate kunnen verschillen, met inbegrip van een onvermogen om strategische opties in verband met onze Aziatische activiteiten te voltooien en de risico's en onzekerheden met betrekking tot AB InBev die beschreven worden onder Item 3.D van AB InBevs jaarverslag op formulier 20-F ("Form 20-F"), dat ingediend werd bij de US Securities and Exchange Commission ("SEC") op 22 maart 2019. Andere onbekende of onvoorspelbare factoren zouden er kunnen voor zorgen dat de daadwerkelijke resultaten in belangrijke mate verschillen van de resultaten weergegeven in de toekomstgerichte verklaringen.

De toekomstgerichte verklaringen moeten tezamen met de andere waarschuwingen vervat in andere documenten gelezen worden, met inbegrip van AB InBevs meest recente Form 20-F en andere verslagen op Form 6-K, alsook alle andere documenten die AB InBev openbaar heeft gemaakt. Alle toekomstgerichte verklaringen in dit persbericht worden volledig bepaald door deze waarschuwingen en er kan geen zekerheid worden gegeven dat de daadwerkelijke resultaten of ontwikkelingen die AB InBev anticipeert, zullen worden gerealiseerd of, zelfs indien substantieel gerealiseerd, deze de verwachte gevolgen of effecten zullen hebben op AB InBev, haar activiteiten of operaties. Tenzij zoals vereist bij wet, wijst AB InBev elke verplichting van de hand om toekomstgerichte verklaringen publiekelijk bij te werken of te herzien naar aanleiding van nieuwe informatie, toekomstige gebeurtenissen of anderszins.

De in tabel 1 (met uitzondering van de volume-informatie) en tabel 3 tot 5, 7, 9, 10 en 14 van dit persbericht vermelde financiële gegevens voor het derde kwartaal van 2019 (3Q19) en de periode van negen maanden (9M19) zijn ontleend aan de niet-geauditeerde verkorte geconsolideerde tussentijdse financiële staten van de groep op datum van en voor de periode van negen maanden eindigend op 30 september 2019; deze gegevens werden nagezien door onze commissarissen PricewaterhouseCoopers Bedrijfsrevisoren/Réviseurs d'Entreprises CVBA/SCRL volgens de normen van de Public Company Accounting Oversight Board (Verenigde Staten) en volgens de International Standard on Review Engagements 2410. De conclusie van de commissarissen luidt dat er tijdens hun controle geen enkel element naar voren kwam op basis waarvan ze menen dat deze voorlopige financiële gegevens niet correct voorgesteld worden, in alle wezenlijke opzichten, conform IAS 34 "Tussentijdse Financiële Verslaggeving" zoals gepubliceerd door IASB en goedgekeurd door de Europese Unie. De financiële gegevens uit tabel 6, 8 en 11 tot 13 zijn ontleend uit de onderliggende financiële staten op datum van en voor de periode van negen maanden eindigend op 30 september 2019 (met uitzondering van de volume-informatie).

TELEFONISCHE CONFERENTIE EN WEBCAST

Telefonische conferentie en webcast voor investeerders op vrijdag 25 oktober 2019:

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

Registratiegegevens

Webcast (enkel luisteren):

[Webcast AB InBev 3Q19](#)

Telefonische conferentie (met interactieve V&A):

[Telefonische conferentie AB InBev 3Q19 \(met interactieve V&A\)](#)

CONTACTPERSONEN ANHEUSER-BUSCH INBEV

Investeerders

Lauren Abbott

Tel: +1 212 573 9287

E-mail: lauren.abbott@ab-inbev.com

Mariusz Jamka

Tel: +32 16 276 888

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

Jency John

Tel: +1 646 746 9673

E-mail: jency.john@ab-inbev.com

Media

Pablo Jimenez

Tel: +1 212 284 0158

E-mail: pablo.jimenez@ab-inbev.com

Ingvild Van Lysebetten

Tel: +32 16 276 608

E-mail: ingvild.vanlysebetten@ab-inbev.com

Fallon Buckelew

Tel: +1 310 592 6319

E-mail: fallon.buckelew@ab-inbev.com

Over Anheuser-Busch InBev

Anheuser-Busch InBev is een beursgenoteerd bedrijf (Euronext: ABI) met hoofdzetel in Leuven, België, met secundaire noteringen op de Mexicaanse (MEXBOL: ANB) en Zuid-Afrikaanse (JSE: ANH) beurzen en met American Depositary Receipts op de New York Stock Exchange (NYSE: BUD). We koesteren de Droom om mensen samen te brengen voor een betere wereld. Bier, het oorspronkelijke sociale netwerk, brengt reeds sedert duizenden jaren mensen samen. We engageren ons om uitstekende merken te creëren die de tand des tijds doorstaan en de beste bieren te brouwen met de beste natuurlijke ingrediënten. Onze diverse portefeuille met ruim 500 biermerken omvat de wereldwijde merken Budweiser®, Corona® en Stella Artois®; de multi-nationale merken Beck's®, Castle®, Castle Lite®, Hoegaarden® en Leffe®; en lokale kampioenen zoals Aguila®, Antarctica®, Bud Light®, Brahma®, Cass®, Cristal®, Harbin®, Jupiler®, Michelob Ultra®, Modelo Especial®, Quilmes®, Victoria®, Sedrin® en Skol®. Ons brouwerigoed gaat meer dan 600 jaar terug en beslaat verschillende continenten en generaties. Van onze Europese roots in brouwerij Den Hoorn in Leuven, België. Tot de pioniersgeest van de Anheuser & Co-brouwerij in St. Louis in de Verenigde Staten. Tot de oprichting van Castle Brewery in Zuid-Afrika tijdens de gold rush in Johannesburg. Tot Bohemia, de eerste brouwerij in Brazilië. We zijn geografisch gediversifieerd met een evenwichtige blootstelling aan ontwikkelde markten en groeiemarkten, en benutten de collectieve sterkte van ongeveer 175,000 medewerkers in bijna 50 landen wereldwijd. In 2018 bedroeg de gerapporteerde opbrengst van AB InBev 54,6 miljard USD (exclusief joint ventures en geassocieerde ondernemingen).

Bijlage 1								
AB InBev Wereldwijd	3Q18	Scope	Wisselkoers-effect	HY	Interne groei	3Q19	Interne groei	
	Referentiebasis			Geherformuleerd voor hyperinflatie				
Volumes (duizend hls)	144 583	- 507	-	-	-	- 659	143 417	-0.5%
waarvan AB InBev eigen bieren	128 130	335	-	-	-	-1 211	127 254	-0.9%
Opbrengsten	13 180	- 46	- 257	- 57	352	13 172	2.7%	
Kostprijs verkochte goederen	-4 963	73	108	- 17	- 342	-5 140	-6.9%	
Brutowinst	8 217	27	- 148	- 74	10	8 032	0.1%	
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-4 156	47	95	6	- 186	-4 193	-4.5%	
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	220	- 3	- 7	3	62	275	27.8%	
Genormaliseerde EBIT	4 281	71	- 60	- 65	- 113	4 114	-2.6%	
Genormaliseerde EBITDA	5 433	- 20	- 88	- 37	2	5 291	0.0%	
Genormaliseerde EBITDA-marge	41.2%					40.2%		-107 bps
Noord-Amerika	3Q18	Scope	Wisselkoers-effect	HY	Interne groei	3Q19	Interne groei	
	Referentiebasis			Geherformuleerd voor hyperinflatie				
Volumes (duizend hls)	29 985	16	-	-	-	- 991	29 009	-3.3%
Opbrengsten	4 162	1	- 2	-	- 11	4 151	-0.3%	
Kostprijs verkochte goederen	-1 539	- 3	2	-	- 6	-1 546	-0.4%	
Brutowinst	2 623	- 2	-	-	- 16	2 605	-0.6%	
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-1 161	- 2	1	-	15	-1 147	1.3%	
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	11	-	-	-	- 23	- 12	-209.9%	
Genormaliseerde EBIT	1 473	- 3	1	-	- 24	1 446	-1.6%	
Genormaliseerde EBITDA	1 683	- 2	1	-	- 21	1 661	-1.2%	
Genormaliseerde EBITDA-marge	40.4%					40.0%		-39 bps
Midden-Amerika	3Q18	Scope	Wisselkoers-effect	HY	Interne groei	3Q19	Interne groei	
	Referentiebasis			Geherformuleerd voor hyperinflatie				
Volumes (duizend hls)	31 813	- 28	-	-	1 487	33 272	4.7%	
Opbrengsten	2 876	- 24	- 103	-	197	2 946	6.9%	
Kostprijs verkochte goederen	- 837	- 17	29	-	- 37	- 862	-4.3%	
Brutowinst	2 038	- 41	- 74	-	161	2 084	8.0%	
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	- 776	3	27	-	- 46	- 792	-6.1%	
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	44	1	- 3	-	17	60	37.9%	
Genormaliseerde EBIT	1 306	- 36	- 49	-	132	1 353	10.2%	
Genormaliseerde EBITDA	1 514	- 35	- 57	-	175	1 596	11.7%	
Genormaliseerde EBITDA-marge	52.6%					54.2%		234 bps
Zuid Amerika	3Q18	Scope	Wisselkoers-effect	HY	Interne groei	3Q19	Interne groei	
	Referentiebasis			Geherformuleerd voor hyperinflatie				
Volumes (duizend hls)	31 297	-	-	-	302	31 599	1.0%	
Opbrengsten	1 964	-	4	- 57	145	2 055	6.9%	
Kostprijs verkochte goederen	- 767	81	11	- 17	- 222	- 915	-28.9%	
Brutowinst	1 197	81	14	- 74	- 78	1 140	-5.8%	
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	- 624	45	-	6	- 65	- 638	-10.2%	
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	47	- 1	1	3	- 12	38	-26.5%	
Genormaliseerde EBIT	620	124	15	- 65	- 155	540	-20.7%	
Genormaliseerde EBITDA	879	27	11	- 37	- 90	790	-9.3%	
Genormaliseerde EBITDA-marge	44.7%					38.4%		-739 bps

EMEA	3Q18 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	HY Geherformuleerd voor hyperinflatie	Interne groei	3Q19	Interne groei
Volumes (duizend hls)	21 793	- 461	-	-	476	21 807	2.2%
Opbangsten	2 094	- 40	- 99	-	37	1 992	1.8%
Kostprijs verkochte goederen	- 866	30	43	-	- 61	- 854	-7.4%
Brutowinst	1 227	- 11	- 56	-	- 23	1 137	-1.9%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	- 699	-	36	-	- 81	- 745	-11.7%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	76	-	- 5	-	32	103	42.7%
Genormaliseerde EBIT	605	- 11	- 25	-	- 73	496	-12.3%
Genormaliseerde EBITDA	833	- 11	- 36	-	- 55	731	-6.7%
Genormaliseerde EBITDA-marge	39.8%					36.7%	-334 bps

Azië	3Q18 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	HY Geherformuleerd voor hyperinflatie	Interne groei	3Q19	Interne groei
Volumes (duizend hls)	29 432	- 33	-	-	-1 901	27 498	-6.5%
Opbangsten	1 920	16	- 56	-	- 62	1 819	-3.3%
Kostprijs verkochte goederen	- 852	- 6	23	-	38	- 797	4.5%
Brutowinst	1 068	10	- 32	-	- 24	1 022	-2.3%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	- 648	- 2	22	-	14	- 614	2.2%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	43	- 1	- 4	-	38	76	87.0%
Genormaliseerde EBIT	463	7	- 13	-	27	484	6.2%
Genormaliseerde EBITDA	649	7	- 18	-	-	638	-0.1%
Genormaliseerde EBITDA-marge	33.8%					35.1%	113 bps

Globale Export en Holdingmaatschappijen	3Q18 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	HY Geherformuleerd voor hyperinflatie	Interne groei	3Q19	Interne groei
Volumes (duizend hls)	265	-	-	-	- 33	231	-12.5%
Opbangsten	164	1	- 1	-	46	209	28.3%
Kostprijs verkochte goederen	- 101	- 11	1	-	- 55	- 166	-49.2%
Brutowinst	63	- 11	-	-	- 9	43	-16.7%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	- 249	3	13	-	- 26	- 258	-10.5%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	-	- 3	1	-	11	9	306.3%
Genormaliseerde EBIT	- 186	- 10	15	-	- 24	- 205	-12.4%
Genormaliseerde EBITDA	- 125	- 5	13	-	- 9	- 126	-7.5%

Bijlage 2						
AB InBev Wereldwijd	9M18	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	9M19	Interne groei
	Referentiebasis					
Volumes (duizend hls)	419 659	-4 152	-	3 942	419 448	1.0%
waarvan AB InBev eigen bieren	370 878	-2 205	-	2 725	371 398	0.7%
Opbrengsten	39 249	- 226	-1 907	1 878	38 994	4.8%
Kostprijs verkochte goederen	-14 869	43	742	-1 009	-15 092	-6.9%
Brutowinst	24 380	- 183	-1 162	869	23 902	3.6%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-12 723	111	622	- 285	-12 272	-2.3%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	612	- 7	- 34	92	663	15.1%
Genormaliseerde EBIT	12 269	- 79	- 577	676	12 293	5.5%
Genormaliseerde EBITDA	15 713	- 75	- 778	875	15 735	5.6%
Genormaliseerde EBITDA-marge	40.0%				40.4%	29 bps

Noord-Amerika	9M18	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	9M19	Interne groei
	Referentiebasis					
Volumes (duizend hls)	84 612	30	-	-1 998	82 644	-2.4%
Opbrengsten	11 803	8	- 46	87	11 852	0.7%
Kostprijs verkochte goederen	-4 371	- 10	14	- 48	-4 414	-1.1%
Brutowinst	7 431	- 1	- 31	39	7 438	0.5%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-3 389	- 4	17	32	-3 344	0.9%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	13	-	- 1	- 4	9	-31.8%
Genormaliseerde EBIT	4 054	- 6	- 13	67	4 102	1.7%
Genormaliseerde EBITDA	4 678	- 4	- 15	47	4 706	1.0%
Genormaliseerde EBITDA-marge	39.6%				39.7%	10 bps

Midden-Amerika	9M18	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	9M19	Interne groei
	Referentiebasis					
Volumes (duizend hls)	94 763	- 137	-	3 368	97 994	3.6%
Opbrengsten	8 473	- 82	- 313	604	8 681	7.2%
Kostprijs verkochte goederen	-2 499	- 34	88	- 129	-2 573	-5.1%
Brutowinst	5 973	- 116	- 224	475	6 108	8.1%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-2 401	15	84	28	-2 275	1.2%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	71	6	- 4	42	115	55.0%
Genormaliseerde EBIT	3 643	- 96	- 144	546	3 948	15.3%
Genormaliseerde EBITDA	4 256	- 94	- 169	639	4 633	15.3%
Genormaliseerde EBITDA-marge	50.2%				53.4%	376 bps

Zuid Amerika	9M18	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	9M19	Interne groei
	Referentiebasis					
Volumes (duizend hls)	95 768	188	-	2 499	98 455	2.6%
Opbrengsten	6 926	12	- 812	698	6 824	10.1%
Kostprijs verkochte goederen	-2 646	23	323	- 544	-2 843	-20.8%
Brutowinst	4 279	35	- 488	154	3 981	3.6%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-2 212	33	248	- 134	-2 065	-6.2%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	203	- 6	- 10	- 50	138	-25.3%
Genormaliseerde EBIT	2 269	62	- 248	- 29	2 054	-1.3%
Genormaliseerde EBITDA	3 020	62	- 339	22	2 765	0.7%
Genormaliseerde EBITDA-marge	43.6%				40.5%	-379 bps

EMEA	9M18 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	9M19	Interne groei
Volumes (duizend hls)	63 667	-3 690	-	2 044	62 022	3.4%
Opbrengsten	6 186	- 187	- 447	223	5 775	3.7%
Kostprijs verkochte goederen	-2 586	116	185	- 205	-2 490	-8.3%
Brutowinst	3 599	- 71	- 262	19	3 285	0.5%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-2 172	51	157	- 139	-2 103	-6.7%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	193	- 1	- 12	22	201	11.2%
Genormaliseerde EBIT	1 622	- 21	- 117	- 101	1 383	-6.2%
Genormaliseerde EBITDA	2 339	- 36	- 170	- 30	2 103	-1.3%
Genormaliseerde EBITDA-marge	37.8%				36.4%	-188 bps

Azië	9M18 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	9M19	Interne groei
Volumes (duizend hls)	79 691	- 66	-	-1 939	77 687	-2.4%
Opbrengsten	5 444	2	- 282	169	5 333	3.1%
Kostprijs verkochte goederen	-2 471	- 8	123	24	-2 332	1.0%
Brutowinst	2 974	- 6	- 160	193	3 001	6.6%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-1 793	17	90	24	-1 662	1.4%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	122	- 1	- 9	51	163	41.8%
Genormaliseerde EBIT	1 303	11	- 80	268	1 501	20.8%
Genormaliseerde EBITDA	1 841	11	- 107	246	1 990	13.5%
Genormaliseerde EBITDA-marge	33.8%				37.3%	340 bps

Globale Export en Holdingmaatschappijen	9M18 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	9M19	Interne groei
Volumes (duizend hls)	1 160	- 478	-	- 34	647	-4.9%
Opbrengsten	417	21	- 6	96	528	23.1%
Kostprijs verkochte goederen	- 295	- 45	10	- 109	- 440	-34.0%
Brutowinst	122	- 24	3	- 12	89	-12.6%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	- 754	1	25	- 95	- 823	-12.6%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	13	- 6	-	32	38	238.8%
Genormaliseerde EBIT	- 618	- 29	27	- 76	- 696	-11.8%
Genormaliseerde EBITDA	- 420	- 14	20	- 48	- 462	-11.2%