

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 4Q19 en FY19 vergeleken met dezelfde periode vorig jaar. Zie pagina 22-23 voor belangrijke disclaimers.

Anheuser-Busch InBev publiceert resultaten voor het volledige jaar en het vierde kwartaal van 2019

KERNCIJFERS

- **Opbrengsten:** De opbrengsten stegen met 4,3% in FY19 en met 2,5% in 4Q19, en de opbrengsten per hl namen toe met 3,1% in FY19 en met 0,9% in 4Q19. Een gezonde volumegroei werd versterkt door wereldwijde initiatieven op het vlak van premiumisering en opbrengstenbeheer hoewel de opbrengsten per hl een tragere groei kenden gedreven door een verdere ontwikkeling van onze slimme betaalbaarheidsstrategie.
- **Volume:** De totale volumes namen met 1,1% toe in FY19, waarbij het volume eigen bieren met 0,8% steeg en het volume niet-bieren een stijging van 4,8% kende. In 4Q19 namen de totale volumes met 1,6% toe, waarbij het volume eigen bieren met 0,8% steeg en het volume niet-bieren een stijging van 8,0% kende.
- **Wereldwijde merken:** De gecombineerde opbrengsten van onze drie wereldwijde merken, Budweiser, Stella Artois en Corona, stegen met 5,2% in FY19 en met 2,1% in 4Q19. Buiten hun respectievelijke thuismarkten groeiden de wereldwijde merken met 8,0% in FY19 en met 3,9% in 4Q19.
- **Kostprijs Verkochte Goederen (KVG):** De KVG steeg met 7,4% in FY19 en met 5,9% per hl onder impuls van erg ongunstige grondstofprijzen- en valutaschommelingen. In 4Q19 steeg de KVG met 9,1% en met 7,3% per hl.
- **EBITDA:** De EBITDA steeg met 2,7% in FY19 tot 21 078 miljoen USD omdat de omzet en de aanhoudende kostdiscipline, die door de realisatie van synergieën nog versterkt werd, gedeeltelijk tenietgedaan werd door een hogere kostprijs verkochte goederen per hl. De EBITDA-marge daalde met 65 basispunten tot 40,3%. De EBITDA nam in 4Q19 met 5,5% af tot 5 343 miljoen USD en de marge nam 336 basispunten af tot 40,1%.
- **Netto financiële kosten:** De netto financiële kosten (exclusief eenmalige netto financiële opbrengsten/kosten) bedroegen 4 355 miljoen USD in FY19 vergeleken met 6 844 miljoen USD in FY18. De daling was vooral het gevolg van een marktwaardewinst van 898 miljoen USD in FY19 gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's, vergeleken met een verlies van 1 774 miljoen USD in FY18, wat goed is voor een schommeling van 2 672 miljoen USD. De netto financiële kosten bedroegen 2 309 miljoen USD in 4Q19 vergeleken met 2 162 miljoen USD in 4Q18.
- **Belastingen:** De genormaliseerde effectieve aanslagvoet (EAV) daalde van 27,5% in FY18 naar 23,0% in FY19 en van 33,0% in 4Q18 naar 24,5% in 4Q19. Wanneer geen rekening gehouden wordt met de impact van winsten en verliezen ten gevolge van de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's, bedroeg onze genormaliseerde EAV 24,9% in FY19 tegenover 23,4% in FY18, en 17,2% in 4Q19 tegenover 24,7% in 4Q18.
- **Winst:** De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev bedroeg 8 086 miljoen USD in FY19 vergeleken met 6 248 miljoen USD in FY18, en 962 miljoen USD in 4Q19 vergeleken met 1 405 miljoen USD in 4Q18. De onderliggende winst (genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev exclusief marktwaardewinsten en -verliezen gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's en de impact van hyperinflatie) bedroeg 7 196 miljoen USD in FY19 ten opzichte van 8 099 miljoen USD in FY18, en 1 729 miljoen USD in 4Q19 tegenover 2 306 miljoen USD in 4Q18.
- **Winst per aandeel (WPA):** De genormaliseerde WPA bedroeg 4,08 USD in FY19, een stijging ten opzichte van 3,16 USD in FY18 en 0,48 USD in 4Q19, een daling ten opzichte van 0,71 USD in 4Q18.

De onderliggende WPA (genormaliseerde WPA exclusief marktwaardewinsten en -verliezen gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's en de impact van hyperinflatie) bedroeg 3,63 USD in FY19, een daling ten opzichte van 4,10 USD in FY18, en 0,87 USD in 4Q19, een daling ten opzichte van 1,17 USD in 4Q18.

- **Dividend:** De Raad van Bestuur van AB InBev stelt een slotdividend van 1,00 EUR per aandeel voor, onder voorbehoud van goedkeuring door de aandeelhouders op de algemene aandeelhoudersvergadering van 29 april 2020. Samen met het in november 2019 uitbetaalde interimdividend van 0,80 EUR per aandeel zal het totale dividend voor FY19 1,80 EUR per aandeel bedragen. Een tijdslijn met indicatie van de ex-coupondata, de registratiedata en de betalingsdata is terug te vinden op pagina 21.
- **Hyperinflatie:** De herformulering van de resultaten voor 9M19 binnen het kader van hyperinflatie op basis van de koopkracht en de slotkoers in december had een positieve impact van 55 miljoen USD op de opbrengsten en van 30 miljoen USD op de genormaliseerde EBITDA op de in FY19 gerapporteerde organische groei. De impact van de herformulering van de resultaten voor 9M19 binnen het kader van hyperinflatie wordt niet opgenomen in de organische berekening voor 4Q19 en afzonderlijk vermeld in Bijlage 2.
- **Afbouw schuldpositie:** Rekening houdende met de te verwachten opbrengsten van de verkoop van de Australische activiteiten (exclusief de EBITDA van de Australische activiteiten voor de afgelopen 12 maanden) bedraagt de verhouding tussen onze nettoschulden en EBITDA 4,0x voor de periode van twaalf maanden eindigend op 31 december 2019.
- **Combinatie met SAB:** In 3Q19 hebben we 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.
- **Het financieel verslag voor het volledige jaar 2019** is beschikbaar op onze website www.ab-inbev.com.

Tabel 1. Geconsolideerde resultaten (miljoen USD)

		FY18	FY19	Interne groei
		Geherformuleerd		
Volumes (duizend hls)		559 819	561 427	1.1%
	AB InBev eigen bieren	493 776	495 423	0.8%
	Niet-biervolumes	61 263	62 296	4.8%
	Producten van derden	4 780	3 709	-9.2%
Opbrengsten		53 041	52 329	4.3%
Brutowinst		33 108	31 967	2.4%
Brutomarge		62.4%	61.1%	-113 bps
Genormaliseerde EBITDA		21 732	21 078	2.7%
Genormaliseerde EBITDA-marge		41.0%	40.3%	-65 bps
Genormaliseerde EBIT		17 107	16 421	1.7%
Genormaliseerde EBIT-marge		32.3%	31.4%	-80 bps
Winst van beëindigde activiteiten toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten		3 839	8 748	
Winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten		4 370	9 171	
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten		6 248	8 086	
Onderliggende winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten		8 099	7 196	
Winst per aandeel (USD)		2.21	4.62	
Genormaliseerde winst per aandeel (USD)		3.16	4.08	
Onderliggende winst per aandeel (USD)		4.10	3.63	

	4Q18	4Q19	Interne groei
	Geherformuleerd		
Volumes (duizend hl)	140 161	141 979	1.6%
AB InBev eigen bieren	122 899	124 025	0.8%
Niet-biervolumes	16 276	17 170	8.0%
Producten van derden	987	785	-4.0%
Opbrengsten	13 792	13 334	2.5%
Brutowinst	8 728	8 065	-1.5%
Brutomarge	63.3%	60.5%	-236 bps
Genormaliseerde EBITDA	6 018	5 343	-5.5%
Genormaliseerde EBITDA-marge	43.6%	40.1%	-336 bps
Genormaliseerde EBIT	4 836	4 128	-8.6%
Genormaliseerde EBIT-marge	35.1%	31.0%	-373 bps
Winst van beëindigde activiteiten toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	299	- 1	
Winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	456	114	
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 405	962	
Onderliggende winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	2 306	1 729	
Winst per aandeel (USD)	0.23	0.06	
Genormaliseerde winst per aandeel (USD)	0.71	0.48	
Onderliggende winst per aandeel (USD)	1.17	0.87	

Tabel 2. Volumes (duizend hl)

	FY18	Scope	Organic groei	FY19	Interne groei	
	Geherformuleerd			Totale volume	Volume eigen bieren	
Noord-Amerika	110 726	50	-2 643	108 133	-2.4%	-2.4%
Midden-Amerika	128 803	- 153	4 888	133 538	3.8%	4.0%
EMEA	87 135	-4 071	2 825	85 888	3.4%	3.9%
Zuid Amerika	135 618	188	3 858	139 664	2.8%	1.5%
Azië	96 116	- 134	-2 814	93 168	-2.9%	-2.7%
Globale Export en Holdingmaatschappijen	1 422	- 481	95	1 036	10.1%	9.2%
AB InBev Wereldwijd	559 819	-4 601	6 209	561 427	1.1%	0.8%

	4Q18	Scope	Interne groei	4Q19	Interne groei	
	Geherformuleerd			Totale volume	Volume eigen bieren	
Noord-Amerika	26 114	19	- 645	25 489	-2.5%	-2.5%
Midden-Amerika	34 039	- 16	1 521	35 544	4.5%	4.9%
EMEA	23 469	- 382	780	23 867	3.4%	4.0%
Zuid Amerika	39 851	-	1 358	41 209	3.4%	0.5%
Azië	16 424	- 68	- 875	15 481	-5.2%	-5.2%
Globale Export en Holdingmaatschappijen	263	- 3	128	389	49.2%	46.5%
AB InBev Wereldwijd	140 161	- 449	2 267	141 979	1.6%	0.8%

COMMENTAAR VAN HET MANAGEMENT

Aan onze aandeelhouders:

In 2019 hebben we onder onze verwachtingen gepresteerd en we zijn dan ook niet tevreden met onze resultaten. We hebben veel successen geboekt, maar ook heel wat uitdagingen gekend. We beseffen dat we onze ambitieuze doelen enkel maar kunnen waarmaken wanneer we die direct omarmen en omzetten in kansen om succes te behalen.

We zijn een sterk, gediversifieerd bedrijf met een ongeëvenaarde geografische voetafdruk, merkenportefeuille, arsenaal aan talent en duidelijke commerciële strategie. Als 's werelds grootste brouwer

blijven we geëngageerd om de biercategorie te helpen groeien. We zullen wat we in 2019 geleerd hebben gebruiken om ons beter te positioneren om op lange termijn duurzame volume- en opbrengstengroei te realiseren.

We zijn een bedrijf van eigenaars die zichzelf als persoonlijk verantwoordelijk voor de resultaten beschouwen. Wat de toekomst betreft, zijn we vastberaden om die groei in goede banen te leiden op basis van onze klantgerichtheid, operationele uitmuntendheid en innovatie. We hebben een unieke kans om een sterker bedrijf te bouwen dat meer dan ooit verbonden is met onze klanten en consumenten, en kunnen daarbij onze troeven benutten om duurzame waarde te creëren.

Reflecteren op onze resultaten

Gedurende het jaar hebben we onze focus op omzetgroei en waardecreatie versterkt en tegelijk een strategie aangenomen met een beter evenwicht tussen volume- en opbrengstengroei per hl. Onze volumes zijn in 2019 met 1,1% toegenomen. Dat betekent dat we nu drie jaar op rij volumegroei geboekt hebben, en die groei versnelt elk jaar. In combinatie met een groei van de opbrengsten per hl met 3,1% hebben we een omzetgroei van 4,3% gerealiseerd.

Onze EBITDA steeg met 2,7%, met een daling van de marge met 65 basispunten tot 40,3%, wat lager is dan we hadden gewild. We werden geconfronteerd met een ongunstige evolutie van de kostenbasis die vooral het gevolg was van de hoogste jaarlijkse stijging van de grondstof- en valutakosten van het afgelopen decennium, die de groei van de EBITDA met ongeveer 200 basispunten afgeremd heeft. Daarnaast hebben uitdagende macro-economische omstandigheden op veel van onze relevante markten de druk op het beschikbaar inkomen van de consument verhoogd. Hierdoor ruilden zij producten in voor een goedkopere versie en consumeerden ze minder.

In 2019 hebben we een belangrijke mijlpaal bereikt met de succesvolle notering van een minderheidsbelang van onze Aziatische activiteiten (Budweiser APAC) op de beurs van Hongkong voor 5,75 miljard USD: een erkenning van de waarde die we afgelopen decennium in de regio Azië gerealiseerd hebben. De notering resulteert in een regionale kampioen op het gebied van consumentengoederen en een aantrekkelijk platform voor fusies en overnames.

We hebben ook belangrijke stappen gezet om onze schulden af te bouwen en onze optimale kapitaalstructuur te bereiken, met als resultaat een schuldratio van 4,0x op datum van 31 december 2019 (op basis van de te verwachten opbrengsten uit de verkoop van de Australische activiteiten en zonder rekening te houden met de EBITDA van de Australische activiteiten voor de afgelopen twaalf maanden).

De wereldwijde biercategorie laten groeien

We blijven ons inzetten om de biercategorie te laten groeien door een combinatie van het model voor de maturiteit van de markt, het kader voor de uitbreiding van de categorie en het concept van de groeikampioenen. Het kader voor de uitbreiding van de categorie zorgt voor een stappenplan om de biercategorie te laten groeien door een volledige portefeuille aan opties aan te bieden die verschillende stijlen en prijspunten omvat om zo meer consumenten op meer gelegenheden te bereiken.

Core-pilsbier is een centraal onderdeel van het kader voor de uitbreiding van de categorie en is van essentieel belang voor ons bedrijf. We hebben aanzienlijke vooruitgang geboekt in het opwaarderen van onze core-merken over de hele wereld door onze core-pilsbieren onder te verdelen in vlot drinkbare pilsbieren en klassieke pilsbieren, die een ander profiel hebben en op andere consumptiegelegenheden inspelen. Op die manier stimuleren we bijkomende groei door kannibalisatie te verminderen en tegelijkertijd de relatieve positionering van elk merk te versterken. Hoewel onze portefeuille Core-merken in volume afnam in 2019, was er wel sprake van een trendmatige verbetering ten opzichte van 2018, en we hebben met onze Core-merken een sterke groei gerealiseerd op belangrijke markten zoals Mexico, Colombia en Nigeria.

Premiumisering, een consumententrend die op al onze markten speelt, is een belangrijk element van het kader voor de uitbreiding van de categorie en onze commerciële strategie aangezien premiumisering voor bijkomende volume- en opbrengstengroei zorgt. Premiumisering heeft een belangrijk positief effect op de wereldwijde biercategorie, in het bijzonder wanneer consumenten van core-merken op duurdere merken overstappen. Onze Above Core-merken zijn nu goed voor meer dan een kwart van ons totale volume en groeien sneller dan het bedrijf in zijn totaliteit. Onze High End Company zet de toon met een dubbelcijferige omzet- en volumegroei in 2019 ten opzichte van een betekenisvolle basis.

Onze wereldwijde merken spelen een leidende rol binnen onze premiumiseringsstrategie en kenden een heel sterk jaar waarin de opbrengsten met 8,0% stegen buiten hun thuismarkten waar ze aan een hogere prijs verkocht worden. Budweiser kende een groei met 3,3% buiten de VS dankzij sterke prestaties in Brazilië, Europa en India, maar ondervond een negatief effect van de zwakke resultaten van het nachtlevenkanaal in China, waar het merk een leidende positie bekleedt. Stella Artois steeg met 6,5% buiten België, en groeide vooral sterk in de VS en Brazilië. Corona zette opnieuw de toon met een groei van 21,0% buiten Mexico, en markten zoals China en Zuid-Afrika leverden een belangrijke bijdrage aan dit resultaat. Het sterke eigen vermogen van onze wereldwijde merken werd onlangs erkend door Interbrand, dat Budweiser en Corona in haar top 100 van wereldwijde merken heeft opgenomen. Ze waren de twee hoogst gerangschikte biermerken, en beide zijn erop vooruitgegaan ten opzichte van vorig jaar. Daarnaast is hun merkwaarde op dollarbasis ook toegenomen.

Slimme betaalbaarheid is een andere cruciale pijler van het kader voor de uitbreiding van de categorie omdat prijs voor veel consumenten een belangrijke hinderpaal is om de biercategorie te betreden. Dit is in het bijzonder het geval op veel van de opkomende markten, aangezien de toename van het beschikbaar inkomen van de consument de afgelopen jaren in die markten achtergebleven is tegenover de inflatie. Dit heeft een impact op de relatieve betaalbaarheid van de biercategorie en heeft in de meeste gevallen tot een daling van de consumptie per hoofd geleid. Als reactie hierop hebben we meer nadruk gelegd op onze strategie voor slimme betaalbaarheid. We hebben onze portefeuille uitgebreid via initiatieven zoals nieuwe verpakkingsformaten en nieuwe merken, waaronder onze betaalbare bieren op basis van lokale gewassen. Deze innovaties verhogen de winstgevendheid op belangrijke markten aanzienlijk, maar hebben over het algemeen een verwaterend effect op de opbrengsten per hl.

Het kader voor de uitbreiding van de categorie differentieert niet enkel bieren per prijspunt maar breidt ook de biercategorie uit met gearomatiseerde bieren en andere bierstijlen die op verschillende smaakprofielen inspelen en bier op meer gelegenheden introduceren. We hebben onze portefeuille op een betekenisvolle manier verruimd met zowel gearomatiseerde bieren als andere bierstijlen, in het bijzonder via ZX Ventures, onze organisatie voor disruptieve groei. ZX Ventures blijft onze omzetresultaten aansturen en was goed voor meer dan 15% van de opbrengstengroei.

We zijn trots op de vorderingen die we binnen onze portefeuille gemaakt hebben om aan de behoeften van diverse consumenten te voldoen over prijspunten, stijlen en gelegenheden heen. We zullen ons aanbod blijven innoveren en verbeteren om de groei van de wereldwijde biercategorie aan te sturen.

Inspelen op een veranderende wereld

We zijn een bedrijf dat gestuurd wordt door gemeenschappen, gestoeld is op innovatie en gericht is op de consument. Verschillende belangrijke aanhoudende én opkomende trends hebben een impact op onze consumenten en hun gedrag. Een vergrijzende bevolking, sociaal isolement en een evolutie naar meer gendergelijkheid geven aanleiding tot zowel belangrijke gedragstrends zoals gezondheid en wellness als een grotere behoefte aan digitalisering en verbinding.

We moeten elk aspect van onze wereld in verandering omarmen. We moeten inspelen op nieuwe consumenten en belanghebbenden door gebruik te maken van wat we opgebouwd hebben en onze plannen te versnellen, maar we moeten ook onze zwakke punten erkennen en kijken waar we groei kunnen boeken.

Dit betekent dat ons bedrijf moet evolueren. We zijn tenslotte eigenaars en bouwen een bedrijf dat de tand des tijds zal doorstaan. Groots dromen zit in ons DNA. We zien uitdagingen als kansen en zijn nooit volledig tevreden met onze resultaten.

Een nieuwe kijk ontwikkelen op wat ons bedrijf kan worden

We hebben belangrijke stappen in onze transformatie gezet, maar we moeten sneller voortmaken. In 2020 en daarna zullen we sneller en flexibeler te werk gaan om nieuwe capaciteiten en denkwijzen te ontwikkelen. We positioneren ons bedrijf voor nog meer succes door de schaal van onze groeiplatforms te vergroten:

- *Als bierbedrijf nog beter worden* – We zullen resultaten blijven neerzetten maar tegelijk ook onze core business aanpassen. We zullen blijven innoveren en superieure bieren brouwen zodat we op meer gelegenheden op de behoeften van meer consumenten kunnen inspelen. Aangezien consumenten op nieuwe manieren met elkaar omgaan, met name via technologie, moeten we hen benaderen op de plaats waar ze zich bevinden, in de vorm die zij willen en op de manier die hen goed uitkomt, terwijl we hen ook meer ervaringen aanbieden. We zullen technologische middelen gebruiken om onze klanten beter te benaderen als een portaal voor onze consumenten.
- *Onze premiumiseringsstrategie versnellen* - Over de hele wereld, en met name op mature markten, zijn consumenten op zoek naar betaalbare luxe binnen alle categorieën van consumptiegoederen. We zullen onze ongeëvenaarde portefeuille van premiumbieren en innovatiecapaciteiten benutten om van onze leiderschapspositie in de premiumcategorie te profiteren.
- *Breder dan bier gaan* - Aangezien de smaak van consumenten meer en meer differentieert, hebben we een breder productaanbod nodig voor meer consumenten op meer gelegenheden, inclusief dranken die geen bier zijn, om op hun behoeften in te spelen. We moeten het bedrijf worden dat alle mensen, en dus niet enkel "bierliefhebbers", samenbrengt.
- *Nieuwe wegen inslaan en nieuwe oplossingen aanbieden aan onze klanten en consumenten* - We zullen het ongeëvenaarde platform en de uitstekende expertise die we in de loop der jaren opgebouwd hebben, benutten om nieuwe activiteiten uit te rollen die bijkomende waarde zullen creëren. We kunnen onze klanten helpen om efficiënter en winstgevender te worden. We kunnen het onze klanten en consumenten gemakkelijk maken door meer producten en diensten op meer plaatsen te leveren door onze huidige troeven en capaciteiten optimaal te benutten.

We zijn ervan overtuigd dat deze platforms onze core business zullen versterken en ons zullen helpen om onze groeiambities op lange termijn waar te maken. We doen een beroep op technologische middelen om tot een flexibelere manier van werken te komen zodat we betere oplossingen kunnen bedenken en meer waarde kunnen creëren voor onze klanten en consumenten over de hele wereld. Onze getalenteerde medewerkers en ons engagement voor innovatie zullen ons helpen om groei te realiseren.

Engagement voor een Betere Wereld

We zijn vastberaden om een bedrijf te bouwen dat de tand des tijds zal doorstaan. Om dat te realiseren, hebben we een gezonde omgeving en welvarende gemeenschappen nodig. Via onze duurzaamheidsdoelstellingen voor 2025 engageren we ons om een betere wereld tot stand te brengen voor al onze belanghebbenden en tegelijkertijd waarde te creëren voor ons bedrijf.

In 2019 hebben we onze telers verder ondersteund binnen het kader van de ontwikkeling van de landbouw en met meer dan 20.000 landbouwers in 13 landen samengewerkt om de beste gerst, tarwe, cassave, hop, maïs, rijst en sorghum te telen. We hebben ons het ambitieuze doel gesteld dat 100% van onze directe

landbouwers vakbekwaam, verbonden en financieel zelfredzaam moeten zijn tegen 2025. Momenteel is 50% van onze directe landbouwers vakbekwaam, 45% verbonden en 35% financieel zelfredzaam.

Klimaatverandering heeft niet alleen een impact op onze activiteiten maar ook op de gemeenschappen waar we wonen en werken. We hebben ons geëngageerd om tegen 2025 100% van ons wereldwijd volume aangekochte elektriciteit te betrekken bij leveranciers van hernieuwbare energie. Onze contracten met leveranciers van hernieuwbare energie zijn momenteel goed voor 61% van ons volume aangekochte elektriciteit.

We hebben dit jaar ook vooruitgang geboekt in ons streven om ervoor te zorgen dat elke ervaring met bier een positieve ervaring is. We steunen de Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen van de Verenigde Naties en de doelstellingen van de Wereldgezondheidsorganisatie, en hebben dan ook plannen gelanceerd om het alcoholmisbruik in een aantal pilootsteden op enkele belangrijke markten te verminderen. Die plannen werden samen met de lokale gemeenschappen ontwikkeld en worden door de lokale overheid gecoördineerd. Ze omvatten innovatieve programma's rond verkeersveiligheid, het inzetten van mystery shoppers om alcoholconsumptie bij minderjarigen te voorkomen, en het aanwenden op grote schaal van screening en kortdurende interventies. Dit is een eenvoudige maar efficiënte onderzoeksmethode die gezondheidswerkers in staat stelt om mensen met een verhoogd risico te detecteren en de juiste corrigerende maatregelen te nemen. De lessen die we uit deze pilootprogramma's hebben getrokken, zijn vrij beschikbaar voor iedereen en kunnen gebruikt worden om deze resultaten te repliceren op plaatsen met gelijkaardige omstandigheden.

We doen een beroep op technologie om te verzekeren dat we altijd volgens de hoogste ethische normen handelen. Ons bekroonde compliance-platform BrewRIGHT maakt op innovatieve wijze gebruik van artificiële intelligentie om fraude en corruptie te helpen detecteren en voorkomen. We onderzoeken de oprichting van een consortium van gebruikers dat kan helpen om de schaal te vergroten, wat cruciaal is om sneller vooruitgang te boeken en een maximale impact te hebben.

Ons bedrijf mobiliseren om te evolueren

Bier brengt mensen samen: dat is een fundamentele waarheid. Wij zijn 's werelds grootste brouwer en alles wat we ondernemen kadert binnen onze droom om mensen samen te brengen voor een betere wereld.

's Werelds favoriete bieren brouwen, iconische merken ontwikkelen en betekenisvolle ervaringen creëren is wat ons stimuleert en inspireert. We engageren ons om ervoor te zorgen dat bier deel uitmaakt van de belangrijkste momenten in iemands leven en dat elke ervaring met bier een positieve ervaring is.

Dankzij de inzet en kracht van onze medewerkers kunnen we alles bereiken. Samen zullen we duurzame groei realiseren en mensen de komende honderd jaar blijven samenbrengen.

VOORUITZICHTEN VOOR 2020

- (i) **Impact van COVID-19:** De impact van de uitbraak van het COVID-19-virus op ons bedrijf blijft evolueren. De uitbraak heeft geleid tot een aanzienlijke daling van de vraag in China in zowel het horeca- als het thuisgebruik segment. Daarnaast was de vraag tijdens het Chinese Nieuwjaar lager dan de vorige jaren aangezien het samenviel met de start van de uitbraak. Volgens onze schattingen heeft deze uitbraak ervoor gezorgd dat we in China in de eerste twee maanden van 2020 ongeveer 285 miljoen USD aan opbrengsten misliepen en ongeveer 170 miljoen USD aan EBITDA verloren.
- (ii) **Algemeen resultaat:** In FY20 zullen we onze omzetgroei verder ontwikkelen om een beter evenwicht tussen volume en opbrengsten per hl te bereiken naarmate we het kader voor de uitbreiding van de categorie binnen onze voetafdruk gebruiken om met verschillende prijspunten

en stijlen nieuwe consumenten te bereiken. In FY20 verwachten een EBITDA groei tussen 2 en 5% waarvan het merendeel in de tweede helft van het jaar gerealiseerd zal worden. In 1Q20 verwachten we een daling van ongeveer 10% als gevolg van zowel de uitbraak van COVID-19 als de uitdagende vergelijkbare basis, vooral in Brazilië. De vooruitzichten voor zowel FY20 als 1Q20 weerspiegelen onze huidige analyse van de schaal en omvang van de uitbraak van COVID-19, die onderhevig is aan verandering. We volgen de ontwikkeling van de uitbraak verder op de voet.

- (iii) **Kostprijs Verkochte Goederen:** We verwachten dat de KVG een gemiddelde eencijferige stijging zal kennen.
- (iv) **Netto financiële kosten:** We schatten dat de gemiddelde coupon op de brutoschuld in FY20 ongeveer 4,0% zal bedragen. De netto-interestkosten voor pensioenen en de periodoetorekeningskosten, inclusief wijzigingen onder IFRS 16 (leaserapportage), zullen naar verwachting ongeveer 180 miljoen USD per kwartaal bedragen. De netto financiële kosten zullen invloed blijven ondervinden van potentiële winsten en verliezen die verband houden met de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's.
- (v) **Effectieve aanslagvoet (EAV):** We verwachten dat de genormaliseerde EAV in FY20 tussen 27% en 29% zal liggen, exclusief eventuele winsten of verliezen gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's.
- (vi) **Netto-investeringsuitgaven:** We verwachten dat de netto-investeringsuitgaven in FY20 ongeveer 5,0 miljard USD zullen bedragen.
- (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.
- (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 2019 bleven we ons concentreren op onze commerciële strategie, consumenten op de eerste plaats zetten en ons portfolio opnieuw in evenwicht brengen door innovatie en premiumisering. We hebben vooruitgang geboekt binnen onze vijf commerciële prioriteiten. Daardoor kenden we in FY19 een opbrengstengroei van 0,5% en een groei van de opbrengsten per hl met 2,8%. In 4Q19 daalden de opbrengsten met 1,8% maar stegen de opbrengsten per hl met 0,8%. Onze opbrengsten per hl werden zowel gedurende het volledige jaar als in het vierde kwartaal beïnvloed door de vroegere timing van onze prijsverhoging in 2019. Deze prijsverhoging was goed voor een positieve eenmalige impact van ongeveer 50 basispunten op jaarbasis. We schatten dat de leveringen aan kleinhandelaren (VAK) in de sector met 1,4% gedaald zijn in FY19 en met 0,4% toegenomen zijn in 4Q19, het beste resultaat van de afgelopen 15 kwartalen, dankzij de sterke groei van de categorie 'Hard Seltzer'. Onze eigen leveringen aan kleinhandelaren (VAK) daalden met 2,4% in FY19, terwijl onze leveringen aan groothandelaren (VAG) een daling met 2,3% kenden. Onze VAK bleef nagenoeg stabiel in 4Q19, maar onze VAG kende een daling met 2,6% aangezien de VAK en de VAG op hetzelfde niveau kwamen op jaarbasis.

Ons totale marktaandeel nam 50 basispunten af in FY19 en 30 basispunten in 4Q19, vooral ten gevolge van een productmix die aangestuurd wordt door de groei van Hard Seltzer binnen de categorie

gearomatiseerde moutdranken (GMD), waarin we momenteel ondervetegenwoordigd zijn. Wat bier (exclusief GMD) betreft, hebben we 10 basispunten marktaandeel veroverd in 4Q19 dankzij de aanhoudend sterke resultaten van onze Above Core-merken en een verdere verbetering van de trends in het reguliere segment. In FY19 is ons marktaandeel (exclusief GMD) met 10 basispunten gedaald, wat ten opzichte van FY18 een verbetering van de trend met 20 basispunten is.

Onze portefeuille Above Core-merken genereerde 90 basispunten marktaandeel in zowel FY19 als 4Q19 dankzij sterke resultaten van Michelob Ultra, Michelob Ultra Pure Gold, onze portefeuille regionale ambachtelijke bieren en onze innovatiepijplijn. Michelob Ultra kende opnieuw een dubbelcijferige groei en is nu volgens IRI het tweede grootste merk van het land op basis van de kleinhandel verkoop. Michelob Ultra Pure Gold noteerde een driecijferige groei in FY19, en onze portefeuille ambachtelijke bieren groeide met ruim 20%, waardoor we marktaandeel veroverd hebben in het segment van de ambachtelijke bieren volgens IRI.

We schatten dat onze innovaties dit jaar opnieuw goed waren voor ongeveer de helft van het volledige innovatievolume in de sector, met als uitschieters Naturdays, Michelob Ultra Infusions en Natural Light Seltzer.

Onze pilsmerken verloren naar schatting 140 basispunten marktaandeel in FY19 en 120 basispunten marktaandeel in 4Q19 aangezien de consument blijft overschakelen naar hogere prijsniveaus. Binnen het pilssegment is ons marktaandeel met 20 basispunten gedaald in 4Q19 en met 15 basispunten in FY19 vergeleken met een daling met 35 basispunten in FY18. Dit is een trendmatige verbetering met 20 basispunten. Een lager marktaandeel voor Bud Light en Budweiser werd gedeeltelijk gecompenseerd door een hoger marktaandeel voor de portefeuille goedkope merken, en dan in het bijzonder de Natural Light-familie (uitgezonderd Natural Light Seltzer, die buiten het pilssegment valt).

Het segment Hard Seltzer lokt nieuwe consumenten naar de categorie moutdranken, en we verhogen onze investeringen in onze merken om onze groei in dit segment te versnellen. Bon Viv en Natural Light Seltzer zijn sterk aan het groeien. In januari 2020 hebben we Bud Light Seltzer aan onze portefeuille toegevoegd. De heel succesvolle nationale lancering levert al positieve resultaten op bij klanten en consumenten. We zijn ervan overtuigd dat we onze sterke portefeuille, onze uitstekende brouwcapaciteiten en ons uitstekend distributienetwerk kunnen benutten om ons momentum te versnellen in dit snel groeiende segment.

De EBITDA steeg met 1,1% in FY19, en de marge nam met 28 basispunten toe tot 40,8%, onder impuls van een positieve merkenmix en aanhoudende kostenbesparingen. In 4Q19 daalde de EBITDA met 1,6% onder impuls van een daling van de VAG, die op jaarbasis op hetzelfde niveau kwam als de VAK, en de EBITDA-marge steeg tot 41,6%.

Mexico

Mexico kende dit jaar een heel sterke omzet- en volumegroei. Voor het zesde jaar op rij gingen onze volumes, opbrengsten en EBITDA erop vooruit. In FY19 kenden de opbrengsten een dubbelcijferige groei dankzij een evenwichtige bijdrage van een gemiddelde eencijferige groei van de volumes en opbrengsten per hl, die sterker groeiden dan de inflatie en een positief effect ondervonden van de merkenmix. Onze volumes zijn sneller toegenomen dan die van de sector, waardoor we volgens onze schattingen het hoogste marktaandeel ooit in het land behaald hebben. We hebben groei geboekt binnen onze volledige merkenportefeuille met bijzonder sterke resultaten voor het segment Above Core-merken. In 4Q19 groeiden de opbrengsten met ongeveer 15%, kenden de opbrengsten per hl een gemiddelde eencijferige stijging en was er een hoge eencijferige toename van de volumes.

We blijven focussen op de ontwikkeling van onze portefeuille in lijn met het kader voor de uitbreiding van de categorie om onze merken duidelijk te differentiëren. Onze Core-merken blijven groeien mede dankzij een sterke innovatiepijplijn, een consistente merkcommunicatie en lancering op nieuwe gelegenheden. Onze premiumportefeuille heeft ook een belangrijke bijdrage geleverd aan onze omzetgroei, met een

dubbelcijferige volumegroei voor de Modelo-familie, Michelob Ultra, Stella Artois en ons lokaal ambachtelijk merk Cucapá.

Begin 2019 hebben we een contract getekend met OXXO, de grootste keten van buurtwinkels in Mexico, om onze portefeuille bieren in hun meer dan 17 000 winkels te verkopen en zo meer consumenten op meer gelegenheden te bereiken. We hebben onze activiteiten het afgelopen jaar uitgebreid in de regio's Guadalajara en Mexico City, en onze portefeuille is nu al goed voor een redelijk aandeel in de verkoop in de meer dan 4.000 winkels waar we nu aanwezig zijn. De lancering van onze merken in OXXO leverde een betekenisvolle bijdrage aan onze groei in Mexico, die weliswaar grotendeels via bestaande kanalen gerealiseerd werd. We lanceerden de volgende fase van de uitbreiding in januari 2020 en onze producten zullen tegen eind 2022 geleidelijk verkrijgbaar worden in alle OXXO-filialen verspreid over het hele land.

De sterke omzetresultaten, de aanhoudende kostendiscipline en bijkomende capaciteit, die besparingen binnen onze volledige toeleveringsketen mogelijk gemaakt hebben, zorgden mee voor een dubbelcijferige groei van de EBITDA en een verbetering van de marge met ruim 250 basispunten in FY19. De EBITDA kende slechts een marginale stijging in 4Q19 aangezien we met uitdagende vergelijkende cijfers geconfronteerd werden.

Colombia

We hadden een heel sterk jaar in Colombia met een gezonde balans tussen volumegroei en groei van de opbrengsten per hl ondanks de context van een meer concurrentiële omgeving. In FY19 kenden de opbrengsten een gemiddelde eencijferige stijging met opbrengsten per hl van een lage eencijferige stijging. Onze totale volumes kenden een gemiddelde eencijferige stijging met een constante groei van zowel bieren als niet-bieren wat resulteerde in de hoogste jaarlijkse volumegroei in Colombia sinds de combinatie met SAB. In 4Q19 was er sprake van een gemiddelde eencijferige stijging van de opbrengsten onder impuls van nagenoeg stabiele opbrengsten per hectoliter en een gemiddelde eencijferige volumegroei voor zowel bier als niet-bier.

We blijven het premiumsegment met succes uitbreiden, met als grootste uitschieter onze portefeuille wereldwijde merken, die dit jaar een groei van meer dan 50% kende. Aan het andere eind van het prijspectrum verwelkomen we nieuwe volwassen consumenten binnen de categorie via initiatieven op het vlak van slimme betaalbaarheid, zoals de uitbreiding van onze herbruikbare eenliterfles als een formaat om te delen met anderen. Onze portefeuille lokale Core-merken zette het hele jaar uitstekende resultaten neer met als belangrijkste uitschieter Aguila, die een dubbelcijferige groei kende en het jaar afsloot met een sterke campagne tegen alcohol achter het stuur.

Onze portefeuille niet-bieren noteerde een gemiddelde eencijferige volumegroei voor zowel het volledige jaar als het vierde kwartaal. Die groei was vooral te danken aan Malta Leona en de lancering van ons nieuw doelgericht watermerk Zalva, waarvan de opbrengsten onder andere gebruikt zullen worden voor het herstel van de Colombiaanse wetlands.

De EBITDA kende een hoge eencijferige groei in FY19, en de marge kende een stijging van meer dan 50 basispunten. In 4Q19 kende de EBITDA een lage eencijferige groei en een daling van de marge met ongeveer 150 basispunten. De daling van de marge in het kwartaal was het gevolg van hogere distributiekosten gekoppeld aan capaciteitsbeperkingen wegens een sterke volumegroei voorafgaand aan het piekseizoen. We investeren in onze brouwerijen om deze beperkingen in de toekomst op te lossen.

Brazilië

Brazilië leverde dit jaar de grootste bijdrage aan onze organische omzetgroei. We noteerden een opbrengstengroei van 7,0% en een volumegroei van 5,0% in FY19. Ons volume bieren steeg met 3,0% terwijl ons volume niet-bieren een groei van 11,2% kende. Volgens Nielsen groeide de sector van de bieren met 2,4% en de sector van de niet-bieren met 2,7%. De groei van de opbrengsten per hl met 1,9% is het gevolg van aanhoudende premiumisering en een prijsverhoging binnen onze bieractiviteiten, welke

gedeeltelijk tenietgedaan werden door de geografische mix en de toegenomen relevantie van onze strategie voor een slimme betaalbaarheid. Daarnaast werden onze opbrengsten per hl negatief beïnvloed door de mix van de categorie ten gevolge van de snelle groei van onze niet-bieractiviteiten, die lagere gemiddelde opbrengsten per hl opleveren dan onze bieractiviteiten. We noteerden een opbrengstengroei van 2,3% en een volumegroei van 4,5% in 4Q19. Ons volume bieren steeg met 1,2% terwijl ons volume niet-bieren een groei van 16,0% kende. Volgens Nielsen groeide de sector van de bieren met 3,5% en de sector van de niet-bieren met 4,5%. Onze opbrengsten per hl daalden met 2,1% in 4Q19 aangezien een positieve merkenmix meer dan tenietgedaan werd door tactische initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer binnen onze bieractiviteiten om een meer evenwichtig omzetalgoritme tussen volume en opbrengsten per hl te creëren en door de timing van onze prijsverhoging binnen onze niet-bieractiviteiten.

We blijven een portefeuillebenadering hanteren om in de premiumcategorie erop vooruit te gaan aangezien we meer consumenten op meer gelegenheden kunnen bereiken via onze complementaire merkenportefeuille. In FY19 kende onze premiumportefeuille een dubbelcijferige groei met als belangrijkste stijgers onze wereldwijde merken en lokale premium aanbiedingen, waaronder Original en onze ambachtelijke merken. Onze portefeuille wereldwijde merken noteerde een dubbelcijferige groei ten opzichte van een betekenisvolle basis dankzij sterke prestaties van alle drie de merken. Beck's, ons Duits premiummerk op basis van 100% zuivere mout, werd onlangs ook aan onze portefeuille toegevoegd. Het merk kende een hele sterke start in de regio's waar het gelanceerd werd, en we zijn van plan de geografische voetafdruk van het merk uit te breiden in 2020. In het Core Plus-segment versnelt Bohemia haar groei; het merk zet al vier kwartalen op rij een driecijferige groei neer. Onze innovatie Skol Puro Malte, dat nationaal werd gelanceerd in 2Q19, blijft snel groeien en zorgde voor een stabilisatie van het volume van de Skol-familie in FY19 en een stijging in 4Q19. Onze strategie voor een slimme betaalbaarheid wint steeds meer veld, wat blijkt uit het succes van onze regionale merken Nossa, Magnífica en Legítima. De drie merken hebben voor een significante stijging van het marktaandeel gezorgd in de deelstaten waar het gelanceerd werd, en Magnífica is nu het meest verkochte merk in het segment goedkope bieren in de deelstaat Maranhão. Deze op basis van lokale gewassen gebrouwen merken worden aan toegankelijke prijspunten aangeboden en leveren bijkomend volume en rendement op door onze aanwezigheid in relevante deelstaten te versterken.

De EBITDA daalde in FY19 met 4,4% terwijl de marge met 489 basispunten afnam tot 41,1%. Dit was te wijten aan een hogere KVG gekoppeld aan hoge grondstofprijzen en de devaluatie van transactie valuta, welke een stijgen van onze EBITDA tegenhield met ongeveer 300 basispunten en onze EBITDA-marge met 135 basispunten. Onze EBITDA-marge werd ook negatief beïnvloed door een verhoging van het gewicht van eenmalige flessen en aluminium blikjes binnen onze verpakkingsmix, met als doel om op steeds meer gediversifieerde gelegenheden en op meer premiumgelegenheden aan de behoeften van de consument te voldoen. De EBITDA daalde in 4Q19 met 6,3% terwijl de marge met 418 basispunten afnam tot 45,5%.

Zuid-Afrika

Onze activiteiten in Zuid-Afrika zetten dit jaar gebalanceerde omzetresultaten neer met een gemiddelde eencijferige opbrengstengroei ten gevolge van een lage eencijferige groei van de opbrengsten per hl en een gemiddelde eencijferige volumegroei. De resultaten werden gerealiseerd in de context van een aanhoudend uitdagende macro-economische omgeving waarbij de consument onder druk blijft staan. We hebben het jaar beëindigd met heel goede resultaten in het vierde kwartaal, met name een dubbelcijferige opbrengstengroei en een gemiddelde eencijferige volumegroei. De opbrengsten per hl kenden een gemiddelde eencijferige groei, voortvloeiend uit een positieve merkenmix die vooral te danken was aan de groei van onze premiumportefeuille en initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer.

We blijven focussen op een verdere ontwikkeling van de biercategorie en schatten dat we ons aandeel op de totale alcoholmarkt vergroot hebben. Het premiumsegment, waarin we ondervertegenwoordigd zijn, blijft sneller groeien dan de volledige sector. We hebben in 2019 ons hoogste marktaandeel ooit in dit segment

behaald aangezien onze premiummerken uitstekend blijven presteren en Corona in het bijzonder. Onze gearomatiseerde moutdranken deden het ook heel goed dit jaar en noteerden een dubbelcijferige groei. De belangrijkste stijgers waren Brutal Fruit en Flying Fish. We hebben onze strategie voor slimme betaalbaarheid versterkt in Zuid-Afrika om te verzekeren dat onze portefeuille een toegankelijk aanbod voor meer consumenten omvat in het licht van de uitdagende macro-economische omgeving.

De EBITDA kende dit jaar een hoge eencijferige daling en de marge nam met ruim 600 basispunten af. Een sterke omzetgroei werd meer dan tenietgedaan door een hogere KVG per hl gekoppeld aan ongunstige grondstofprijzen- en valutaschommelingen alsook een aanzienlijke toename van de marketing investeringen in onze groeiende portefeuille van premiummerken en horecaprogramma's. In 4Q19 kende de EBITDA een gemiddelde eencijferige daling en nam de marge bijna 700 basispunten af aangezien de sterke omzet meer dan tenietgedaan werd door onze marketing investeringen alsook door problemen in de toeleveringsketen veroorzaakt door stroomstoringen.

China

De opbrengsten stegen met 3,3% in FY19 aangezien premiumisering een groei van de opbrengsten per hl met 6,5% met zich meebracht, welke gedeeltelijk tenietgedaan werd door een daling van het volume met 3,0%. In 4Q19 daalden de opbrengsten met 2,7% aangezien de groei van de opbrengsten per hl met 4,2% meer dan tenietgedaan werd door een daling van het volume met 6,6%. De volumeprestaties in het kwartaal werden negatief beïnvloed door de aanhoudend zwakke resultaten van het nachtlevenkanaal, waar onze portefeuille een leidende positie heeft, alsook door moeilijke vergelijkbare cijfers. We schatten dat we tijdens FY19 marktaandeel hebben gewonnen in elk kanaal. Ons totale marktaandeel daalde echter met ongeveer 50 basispunten, als gevolg van de verschuiving van kanalenmix gezien onze positie in het nachtlevenkanaal.

Onze superpremiummerken kenden zowel in het volledige jaar als in het vierde kwartaal opnieuw een sterke dubbelcijferige groei, met als belangrijkste stijgers Corona, Blue Girl en Hoegaarden. Volgens onze schattingen is Corona het meest verkochte merk in het superpremiumsegment. Blue Girl maakt sinds mei 2019 deel uit van onze portefeuille en is een van de snelst groeiende superpremiummerken met een betekenisvolle basis. Hoegaarden, het meest verkochte en snelst groeiende witbier in China, kende een aanzienlijke volumestijging in FY19. We blijven ook de toon aangeven in de biercategorie binnen het e-commerce-kanaal, waar we dit jaar een sterke dubbelcijferige groei noteerden. Tijdens de e-commerce-campagne in november voor Double 11, het grootste evenement voor e-commerce-verkoop in China, was Budweiser het #1 merk. Corona, Hoegaarden en Harbin waren bij de top vijf meest waardevolle biermerken qua consumentenwaarde op de verkoopplatforms Tmall en JD.

Budweiser kende een gemiddelde eencijferige daling in FY19 door de zwakke resultaten van het nachtlevenkanaal in de tweede helft van het jaar, aangezien Budweiser algemeen bekendstaat als het leidende merk in het nachtleven. Budweiser blijft niettemin het meest verkochte merk in het premiumsegment, en we hebben extra commerciële investeringen gedaan om de uitbreiding van het merk naar andere kanalen te versnellen.

In FY19 steeg de EBITDA met 17,0% en kende de marge een groei met 440 basispunten. Dit was het resultaat van een sterke merkenmix, aanhoudende kostendiscipline en lokalisatie-initiatieven die geholpen hebben om de daling in het nachtlevenkanaal, een van onze meest winstgevendende kanalen, te compenseren. In 4Q19 steeg de EBITDA met 10,1% en kende de marge een groei met 323 basispunten ondanks uitdagende vergelijkende cijfers.

Hoogtepunten van onze andere markten

In **Canada** kende de omzet een lage eencijferige daling in FY19 en bleef de omzet grotendeels stabiel in 4Q19 door een volumedaling die vooral verband hield met een zwakke biersector. Dit werd deels gecompenseerd door groei van de opbrengsten per hl onder impuls van een positieve merkenmix van onze premiumiseringsstrategie. Onze High End Company blijft marktaandeel winnen binnen het

premiumsegment, in het bijzonder met onze premium importmerken, waaronder Corona en Hoegaarden, maar ook dankzij een sterke volumegroei van onze portefeuille ambachtelijke bieren. In het Core-segment veroverde Bud Light voor het 24ste jaar op rij marktaandeel in FY19, en in het Core Plus-segment blijft Michelob Ultra het snelst groeiende biermerk van het land.

In **Peru** kenden we een gemiddelde eencijferige opbrengstengroei en een lage eencijferige volumedaling die ruimschoots gecompenseerd werd door een hoge eencijferige stijging van de opbrengsten per hl in FY19. De sterke groei van de opbrengsten per hl was het gevolg van initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer alsook van een positieve merkenmix gekoppeld aan de groei van onze wereldwijde merken. In het kader van een uitdagende consumentenomgeving binnen het kader van onze strategie voor slimme betaalbaarheid hebben we het nieuwe merk Golden gelanceerd. Golden wordt gebrouwen met ingrediënten met een sterke culturele relevantie om onze banden met de lokale landbouwers te versterken. De eerste resultaten zijn heel positief. In **Ecuador** kenden de opbrengsten een lage eencijferige daling over het jaar onder impuls van een lage eencijferige volumedaling die een lage eencijferige groei van de opbrengsten per hl ruimschoots teniet heeft gedaan. Hoewel onze wereldwijde merken het opnieuw goed deden met een dubbelcijferige volumegroei, had een zwakkere consumentenomgeving een negatieve impact op de biercategorie over het jaar. We hebben daarop gereageerd door ons aanbod Core-merken over diverse prijspunten heen te versterken om te verzekeren dat de consument over toegankelijke opties beschikt binnen de biercategorie.

In **Argentinië** noteerden de volumes een gemiddelde eencijferige volumedaling in FY19 aangezien we nog altijd geconfronteerd worden met een daling van de consumptie ten gevolge van de uitdagende macro-economische omstandigheden. Onze opbrengsten en opbrengsten per hl kenden een dubbelcijferige groei in de context van een omgeving met een zeer hoge inflatie. Ondanks de moeilijke consumentenomgeving hebben we een kleine volumegroei gerealiseerd in 4Q19 aangezien we blijven investeren in onze sterke merkenportefeuille. Onze premiummerken deden het goed en veroverden marktaandeel binnen het segment, en dan in het bijzonder onze wereldwijde merken en ons lokaal premiummerk Patagonia. Andes Origen, onze lokale kampioen in het Core Plus-segment, kende een dubbelcijferige groei. Onze initiatieven voor slimme betaalbaarheid winnen steeds meer veld, waaronder verpakkingsinnovaties zoals de herbruikbare glazen fles van 340 ml.

Binnen EMEA kende **Europa** zowel in FY19 als in 4Q19 een lage eencijferige opbrengstengroei, waarbij de volumegroei gedeeltelijk werd tenietgedaan door een daling van de opbrengsten per hl aangezien we onze portefeuille binnen meer prijssegmenten uitbreiden. Volgens onze schattingen veroverden we over het volledige jaar marktaandeel op al onze markten, in het bijzonder in de Franse en Nederlandse volgend op de succesvolle lancering van Budweiser. Budweiser is nu ons meest verkochte bier in Europa. In het VK hebben we op basis van onze volumes opnieuw een opbrengstengroei gerealiseerd dankzij de aanhoudende groei van onze wereldwijde merken, en de dubbelcijferige groei van Corona in het bijzonder. De EBITDA daalde zowel over het jaar als in het kwartaal aangezien de omzetgroei tenietgedaan werd door hogere verkoop- en marketinginvesteringen in de lancering van nieuwe merken, een hogere KVG per hl gekoppeld aan de grondstofkosten en de impact van wijzigingen in de marktbenadering die ons in staat stellen om onze producten rechtstreeks te verdelen in belangrijke Europese landen. Sterke volumegroei resulteerde bovendien in capaciteitsbeperkingen en hogere distributiekosten. We investeren in onze capaciteit om deze beperkingen te verhelpen. In **Afrika** (zonder Zuid-Afrika) hebben we zowel over het jaar als in het kwartaal een sterke volumegroei gerealiseerd in Zambia en Oeganda ondanks een daling van het volume in Tanzania en Mozambique in beide periodes. In Nigeria kenden we een dubbelcijferige volumegroei aangezien we opnieuw marktaandeel veroverden in het jaar. In 4Q19 was er sprake van een gemiddelde eencijferige volumestijging ondanks uitdagende vergelijkende cijfers binnen het kader van de opening van onze vierde brouwerij vorig jaar.

Onze activiteiten in **Zuid-Korea** kenden een uitdagend jaar en vierde kwartaal met een daling van de opbrengsten en de volumes. Deze resultaten waren in lijn met een algemene verzwakking van de biersector veroorzaakt door een verminderd consumentenvertrouwen. Eind oktober 2019 hebben we de in april 2019

doorgevoerde prijsverhoging ongedaan gemaakt om de biersector nieuw leven in te blazen tijdens de economische recessie. Onze premiumportefeuille kende opnieuw een groei over het hele jaar, met als belangrijkste uitschieters Stella Artois en Budweiser.

GECONSOLIDEERDE RESULTATENREKENING

Tabel 3. Geconsolideerde resultatenrekening (miljoen USD)

	FY18	FY19	Interne groei
	Geherformuleerd		
Opbrengsten	53 041	52 329	4.3%
Kostprijs verkochte goederen	-19 933	-20 362	-7.4%
Brutowinst	33 108	31 967	2.4%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-16 807	-16 421	-3.6%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	805	875	12.2%
Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige opbrengsten/(kosten)	17 107	16 421	1.7%
Eenmalige opbrengsten/(kosten) boven EBIT	- 692	- 323	
Netto financiële opbrengsten/ (kosten)	-6 844	-4 355	
Eenmalige netto financiële opbrengsten/ (kosten)	-1 982	882	
Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen	153	152	
Belastingen	-2 585	-2 786	
Winst van beëindigde activiteiten	5 157	9 990	
Resultaten van beëindigde activiteiten	531	424	
Winst	5 688	10 414	
Winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen	1 318	1 243	
Winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	4 370	9 171	
Genormaliseerde EBITDA	21 732	21 078	2.7%
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	6 248	8 086	
	4Q18	4Q19	Interne groei
	Geherformuleerd		
Opbrengsten	13 792	13 334	2.5%
Kostprijs verkochte goederen	-5 063	-5 269	-9.1%
Brutowinst	8 728	8 065	-1.5%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-4 086	-4 149	-7.5%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	193	213	5.6%
Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige opbrengsten/(kosten)	4 836	4 128	-8.6%
Eenmalige opbrengsten/(kosten) boven EBIT	- 449	- 166	
Netto financiële opbrengsten/ (kosten)	-2 162	-2 309	
Eenmalige netto financiële opbrengsten/ (kosten)	- 893	- 899	
Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen	27	58	
Belastingen	- 678	- 454	
Winst van beëindigde activiteiten	683	359	
Resultaten van beëindigde activiteiten	157	114	
Winst	840	474	
Winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen	384	360	
Winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	456	114	
Genormaliseerde EBITDA	6 018	5 343	-5.5%
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 405	962	

Enmalige opbrengsten en kosten boven EBIT

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

	4Q18	4Q19	FY18	FY19
	Geherformuleerd		Geherformuleerd	
Herstructurering	- 180	- 85	- 363	- 170
Verwervingskosten van bedrijfscombinaties	- 23	12	- 73	- 23
Verkoop van activiteiten en activa (inclusief bijzondere waardeverminderingen)	- 16	- 19	- 26	- 50
Voorziening in verband met EU onderzoek	- 230	-	- 230	-
Kosten gerelateerd aan de notering van minderheidsbelang van Budweiser APAC	-	-	-	- 6
Brazilië Fiscale Amnestie	-	- 74	-	- 74
Impact op bedrijfsresultaat	- 449	- 166	- 692	- 323

Het genormaliseerde bedrijfsresultaat is exclusief 323 miljoen USD aan eenmalige kosten in FY19 en 166 miljoen USD aan eenmalige kosten in 4Q19. Hierbij gaat het vooral om eenmalige kosten in verband met de integratie van SAB.

Netto financiële opbrengsten/(kosten)

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

	4Q18	4Q19	FY18	FY19
	Geherformuleerd		Geherformuleerd	
Netto-interestkosten	- 912	- 932	- 3 785	- 3 739
Netto-interestkosten voor pensioenen	- 23	- 24	- 94	- 95
Periode toerekeningkosten	- 168	- 195	- 511	- 650
Aanpassing aan marktwaarde	- 900	- 774	- 1 774	898
Overige financiële resultaten	- 160	- 384	- 680	- 769
Netto financiële opbrengsten/ (kosten)	- 2 162	- 2 309	- 6 844	- 4 355

De netto financiële kosten werden beïnvloed door marktwaardewinsten en -verliezen 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 worden weergegeven in onderstaande tabel 6.

Tabel 6. Afdekking van op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's

	4Q18	4Q19	FY18	FY19
	Geherformuleerd		Geherformuleerd	
Aandelenkoers per begin periode (euro)	75.22	87.42	93.13	57.70
Aandelenkoers per einde periode (euro)	57.70	72.71	57.70	72.71
Aantal eigen-vermogeninstrumenten per einde periode (miljoen)	46.9	54.0	46.9	54.0

Enmalige netto financiële opbrengsten/(kosten)

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

	4Q18	4Q19	FY18	FY19
	Geherformuleerd		Geherformuleerd	
Aanpassing aan marktwaarde (Grupo Modelo instrument voor uitgestelde aandelen)	- 445	- 385	- 873	445
Andere aanpassing aan marktwaarde	- 432	- 374	- 849	433
Kosten gerelateerd aan vroege terugbetaling van obligaties & andere	- 16	- 140	- 260	4
Enmalige netto financiële opbrengsten/ (kosten)	- 893	- 899	- 1 982	882

De eenmalige netto financiële kosten omvatten marktwaardewinsten en -verliezen 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

	4Q18	4Q19	FY18	FY19
	Geherformuleerd		Geherformuleerd	
Aandelenkoers per begin periode (euro)	75.22	87.42	93.13	57.70
Aandelenkoers per einde periode (euro)	57.70	72.71	57.70	72.71
Aantal eigen-vermogensinstrumenten per einde periode (miljoen)	45.5	45.5	45.5	45.5

Belastingen

Tabel 9. Belastingen (miljoen USD)

	4Q18	4Q19	FY18	FY19
	Geherformuleerd		Geherformuleerd	
Belastingen	678	454	2 585	2 786
Effectieve Aanslagvoet	50.8%	59.6%	34.1%	22.1%
Genormaliseerde Effectieve Aanslagvoet	33.0%	24.5%	27.5%	23.0%
Genormaliseerde Effectieve Aanslagvoet exclusief aanpassing aan marktwaarde	24.7%	17.2%	23.4%	24.9%

De stijging van onze genormaliseerde EAV exclusief marktwaardewinsten en -verliezen gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's in FY19 houdt vooral verband met de landenmix. De daling van onze genormaliseerde EAV exclusief marktwaardewinsten en -verliezen gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's in 4Q19 houdt vooral verband met de opgebouwde aanspraken op rente op eigen vermogen in Brazilië.

Winst, genormaliseerde winst en onderliggende winst

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

	4Q18	4Q19	FY18	FY19
	Geherformuleerd		Geherformuleerd	
Winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	456	114	4 370	9 171
Eenmalige opbrengsten en kosten, voor belastingen	449	166	692	323
Eenmalige financiële (opbrengsten)/kosten, voor belastingen	893	899	1 982	- 882
Eenmalige belastingen	- 203	8	- 233	6
Eenmalige minderheidsbelangen	- 32	- 111	- 32	- 108
Resultaten van beëindigde activiteiten	- 157	- 114	- 531	- 424
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 405	962	6 248	8 086
Onderliggende winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	2 306	1 729	8 099	7 196

Basis-WPA, genormaliseerde WPA en onderliggende WPA

Figure 11. Earnings per share (USD)

	4Q18	4Q19	FY18	FY19
	Geherformuleerd		Geherformuleerd	
Basis-WPA	0.23	0.06	2.21	4.62
Eenmalige opbrengsten en kosten, voor belastingen	0.23	0.08	0.35	0.16
Eenmalige financiële (opbrengsten)/kosten, voor belastingen	0.45	0.45	1.00	- 0.44
Eenmalige belastingen	- 0.10	-	- 0.12	-
Eenmalige minderheidsbelangen	- 0.02	- 0.05	- 0.01	- 0.05
Resultaten van beëindigde activiteiten	- 0.08	- 0.06	- 0.27	- 0.21
Genormaliseerde WPA	0.71	0.48	3.16	4.08
Onderliggende WPA	1.17	0.87	4.10	3.63

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

	4Q18	4Q19	FY18	FY19
	Geherformuleerd		Geherformuleerd	
Genormaliseerde EBIT exclusief hyperinflatie	2.44	2.08	8.78	8.34
Hyperinflatie impact op genormaliseerde EBIT	0.01	-	- 0.11	- 0.06
Genormaliseerde EBIT	2.45	2.08	8.66	8.28
Aanpassing aan marktwaarde (afdekking van onze op aandelen gebaseerde	- 0.46	- 0.39	- 0.90	0.45
Netto financiële kosten	- 0.64	- 0.77	- 2.57	- 2.65
Belastingen	- 0.45	- 0.22	- 1.43	- 1.40
Geassocieerde deelnemingen & minderheidbelangen	- 0.20	- 0.22	- 0.61	- 0.60
Genormaliseerde WPA	0.71	0.48	3.16	4.08
Aanpassing aan marktwaarde (afdekking van onze op aandelen gebaseerde	0.46	0.39	0.90	- 0.45
Hyperinflatie impact op WPA	-	-	0.04	-
Onderliggende WPA	1.17	0.87	4.10	3.63

Toepassing van boekhoudkundige correcties voor de hyperinflatie in Argentinië

Na het bereiken van een cumulatief inflatiecijfer van meer dan 100% over drie jaar tijd rapporteren we, vanaf de bekendmaking van de resultaten van 3Q18, de Argentijnse resultaten met de boekhoudkundige correcties voor hyperinflatie.

De impact van hyperinflatie op onze opbrengsten en genormaliseerde EBITDA in 4Q18 en 4Q19 en in FY18 en FY19 wordt weergegeven in tabel 13.

Tabel 13. Hyperinflatie impact (miljoen USD)

Opbrengsten	4Q18	4Q19	FY18	FY19
Indexering ⁽¹⁾	152	112	258	211
Slotkoers ⁽²⁾	40	- 43	- 568	- 284
Totaal	192	69	- 310	- 73
EBITDA	4Q18	4Q19	FY18	FY19
Indexering ⁽¹⁾	70	47	108	89
Valuta-effect ⁽²⁾	- 3	- 20	- 272	- 131
Totaal	68	27	- 164	- 43
USDARS gemiddelde koers			26.5209	47.1963
USDARS slotkoers			37.8079	59.8907

(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 (respectievelijk de resultaten van FY19 en FY18 met de slotkoers op 31 december 2019 en 2018).

De resultaten voor het vierde kwartaal worden berekend door de gepubliceerde resultaten voor de periode van negen maanden af te trekken van de resultaten voor het boekjaar. Bijgevolg worden de resultaten in Zuid-Amerika voor 4Q19 op de volgende manier positief beïnvloed door de herformulering van de resultaten voor de periode van negen maanden:

Zuid Amerika 9M19 als gerapporteerd ⁽¹⁾	9M18 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	9M19
Opbrengsten	6 926	12	- 812	698	6 824
Kostprijs verkochte goederen	-2 646	23	323	- 544	-2 843
Brutowinst	4 279	35	- 488	154	3 981
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-2 212	33	248	- 134	-2 065
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	203	- 6	- 10	- 50	138
Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige opbrengsten/(kosten)	2 269	62	- 248	- 29	2 054
Genormaliseerde EBITDA	3 020	62	- 339	22	2 765

Zuid Amerika 9M19 geherformuleerd tegen FY19 wisselkoers ⁽²⁾	9M18 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	9M19
Opbrengsten	7 119	11	- 985	753	6 897
Kostprijs verkochte goederen	-2 713	23	378	- 550	-2 861
Brutowinst	4 405	34	- 607	203	4 036
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-2 266	33	298	- 151	-2 085
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	194	- 6	- 4	- 55	131
Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige opbrengsten/(kosten)	2 332	61	- 311	- 1	2 082
Genormaliseerde EBITDA	3 101	61	- 420	52	2 795

Impact van 9M Geherformuleerd op 4Q resultaten ⁽³⁾	9M18 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	9M19
Opbrengsten	193	- 1	- 173	55	73
Kostprijs verkochte goederen	- 67	0	55	- 6	- 18
Brutowinst	126	- 1	- 119	49	55
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	- 54	0	50	- 17	- 20
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	- 9	0	6	- 5	- 7
Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige opbrengsten/(kosten)	63	- 1	- 63	28	28
Genormaliseerde EBITDA	81	- 1	- 81	30	30

(1) Resultaten voor Zuid-Amerika voor de periode van negen maanden met resultaten voor Argentinië gerapporteerd in Argentijnse peso (ARS) geherformuleerd voor jaar tot op heden koopkracht september omgezet aan slotkoers voor de periode van negen maanden van 40,8965 voor de resultaten voor 9M18 en 57,5593 voor de resultaten voor 9M19 (zoals gerapporteerd op 25 oktober 2019)

(2) Resultaten voor Zuid-Amerika voor de periode van negen maanden met resultaten voor Argentinië gerapporteerd in Argentijnse peso (ARS) geherformuleerd voor jaar tot op heden koopkracht december omgezet aan slotkoers voor FY19 van 37,8079 voor de resultaten voor FY18 en 59,8907 voor de resultaten voor FY19

(3) De impact van de herformulering van de resultaten voor de periode van negen maanden onder hyperinflatie in de resultaten voor het vierde kwartaal wordt berekend als het verschil tussen (2) en (1) hierboven

De herformulering van de resultaten voor de periode van negen maanden op basis van de koopkracht in december en de slotkoers van het boekjaar had een positieve impact van 55 miljoen USD op de opbrengsten en van 30 miljoen op de genormaliseerde EBITDA op de in FY19 gerapporteerde organische groei en de in 4Q19 gerapporteerde resultaten.

Binnen het kader van de rapportage van de resultaten voor 4Q19 worden deze factoren niet meegenomen in de organische berekening maar afzonderlijk vermeld in de bijlagen bij de resultaten voor 4Q19 in de kolom genaamd "herformulering van de resultaten voor de periode van negen maanden binnen het kader van hyperinflatie". Bij het berekenen van de organische groeipercentages voor 4Q19 wordt gekeken naar de in de bijlagen vermelde 'organische groei' bovenop de geherformuleerde basis voor 4Q18 die aangepast werd op basis van de herformulering van de resultaten van 9M18.

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 FY19 hebben we een monetaire correctie van 86 miljoen USD onder financiële kosten gerapporteerd, evenals een negatieve impact op de winst toerekenbaar aan de houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev van 11 miljoen USD. In zowel FY19 als 4Q19 was er geen impact op de genormaliseerde WPA.

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)

	4Q18	4Q19	FY18	FY19
	Geherformuleerd	Geherformuleerd	Geherformuleerd	Geherformuleerd
Winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	456	114	4 370	9 171
Minderheidsbelangen	384	360	1 318	1 243
Winst	840	474	5 688	10 414
Resultaten van beëindigde activiteiten	- 157	- 114	- 531	- 424
Winst van beëindigde activiteiten	683	359	5 157	9 990
Belastingen	678	454	2 585	2 786
Aandeel in het resultaat van geassocieerde ondernemingen	- 27	- 58	- 153	- 152
Netto financiële (opbrengsten)/ kosten	2 162	2 309	6 844	4 355
Eenmalige netto financiële (opbrengsten)/ kosten	893	899	1 982	- 882
Eenmalige (opbrengsten)/kosten boven EBIT	449	166	692	323
Genormaliseerde EBIT	4 836	4 128	17 107	16 421
Afschrijvingen en bijzondere waardeverminderingen	1 182	1 215	4 624	4 657
Genormaliseerde EBITDA	6 018	5 343	21 732	21 078

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

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

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

FINANCIËLE POSITIE

Tabel 15. Geconsolideerd kasstroomoverzicht (miljoen USD)

	FY18 Geherformuleerd	FY19
Operationele activiteiten		
Winst van de periode	5 157	9 990
Interesten, belastingen en niet-kaselementen opgenomen in de winst	16 070	11 029
Bedrijfskasstroom vóór wijziging in bedrijfskapitaal en gebruik van voorzieningen	21 227	21 019
Verandering in bedrijfskapitaal	477	- 5
Pensioenbijdragen en gebruik van voorzieningen	- 487	- 715
(Betaalde)/ontvangen interessen en belastingen	-7 177	-7 063
Ontvangen dividenden	141	160
Netto kasstroom uit operationele activiteiten	14 181	13 396
Investeringsactiviteiten		
Netto-investeringsuitgaven	-4 568	-4 854
Verwerving en verkoop van dochterondernemingen, na aftrek van verworven/afgestane liquide middelen	173	- 252
Netto ontvangsten uit de verkoop/(verwerving) van investeringen in kortetermijn schuldinstrumenten	1 296	- 9
Netto ontvangsten uit de aan SABMiller transactie gerelateerde verkoop van activa	- 430	-
Overige	- 328	42
Netto kasstroom uit investeringsactiviteiten	-3 857	-5 073
Financieringsactiviteiten		
Uitgekeerde dividenden	-7 761	-5 015
Netto (terugbetalingen)/opnames van leningen	-4 707	-8 008
Netto ontvangsten uit de notering van minderheidsbelang van Budweiser APAC	-	5 575
Leasebetalingen	- 423	- 441
Overige (onder meer aankoop van minderheidsbelangen)	-1 436	- 623
Netto kasstroom uit financieringsactiviteiten	-14 327	-8 512
Netto toename / (Afname) van de liquide middelen uit voortgezette bedrijfsactiviteiten	-4 003	- 189
Netto toename / (Afname) van de liquide middelen uit beëindigde bedrijfsactiviteiten	755	539

Onze kasstroom uit operationele activiteiten daalde van 14,2 miljard USD in 2018 tot 13,4 miljard USD in 2019, vooral ten gevolge van lagere werkkapitaallasten en een hoger gebruik van voorzieningen in 2019 versus 2018. Het hogere gebruik van voorzieningen was vooral het gevolg van de eenmalige betaling van 226 miljoen USD in 2019 in verband met het in 2018 aangekondigde onderzoek van de Europese Commissie.

De uitgaande kasstroom uit investeringsactiviteiten bedroeg 5,1 miljard USD in 2019 vergeleken met een uitgaande kasstroom van 3,9 miljard USD in 2018. De stijging in de uitgaande kasstroom uit investeringsactiviteiten was hoofdzakelijk het gevolg van lagere opbrengsten van de verkoop van schuldinstrumenten op korte termijn. De kasstroom van 2018 die werd aangewend voor investeringsactiviteiten werd negatief beïnvloed door de betalingen die betrekking hebben op de wederaankoop van de distributierechten voor Budweiser in Argentinië en door de betalingen met betrekking tot de verkoop van activiteiten van SAB, die in 2019 niet herhaald werden.

Onze netto-investeringsuitgaven bedroegen 4,9 miljard USD in 2019 en 4,6 miljard USD in 2018. Ongeveer 42% van de totale kapitaalinvesteringen in 2019 werd gebruikt om de productiefaciliteiten van de onderneming te verbeteren, 43% ging naar logistieke en commerciële investeringen en 15% werd gespendeerd om de administratieve capaciteiten te verbeteren en hardware en software aan te kopen.

De uitgaande kasstroom uit financieringsactiviteiten bedroeg 8,5 miljard USD in 2019 tegenover een uitgaande kasstroom van 14,3 miljard USD in 2018. De netto-opbrengsten van de notering van een

minderheidsbelang in onze Aziatische activiteiten (Budweiser APAC) ten bedrage van 5 575 miljoen USD werden gebruikt om schulden af te lossen.

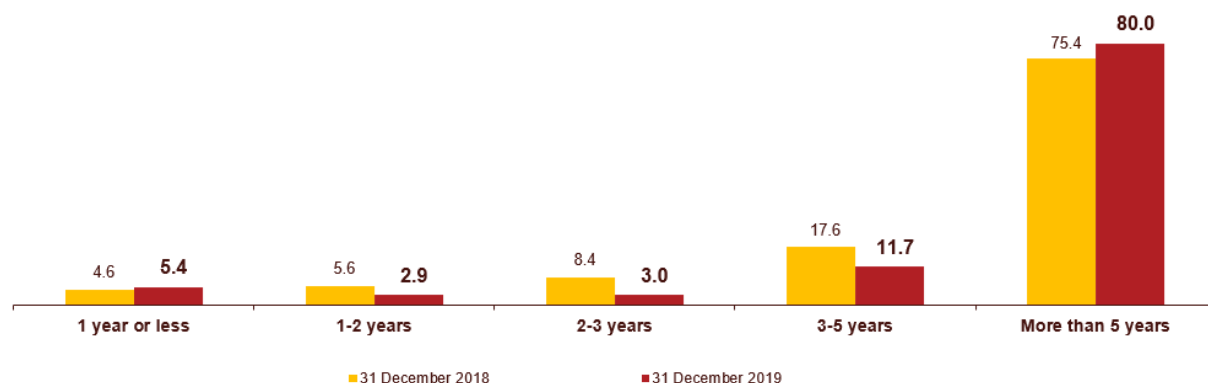
Onze nettoschuld werd geherformuleerd om de impact van de toepassing van IFRS 16 te weerspiegelen en bedroeg 95,5 miljard USD op 31 december 2019 vergeleken met 104,2 miljard USD op 31 december 2018. Gecorrigeerd voor de te verwachten opbrengsten van de verkoop van de Australische activiteiten, zou onze netto-schuld 84,6 miljard USD bedragen op 31 december 2019.

De verhouding tussen onze nettoschulden en genormaliseerde EBITDA bedroeg 4,0x voor de periode van twaalf maanden eindigend op 31 december 2019 (rekening houdende met de te verwachten opbrengsten van de verkoop van de Australische activiteiten en exclusief de EBITDA van de Australische activiteiten voor de afgelopen 12 maanden) vergeleken met 4,6x voor de periode van 12 maanden eindigend op 31 december 2018. We blijven ons engageren om onze schulden af te bouwen tot ongeveer 2x en zullen bepalen welke schulden met voorrang behandeld moeten worden om deze doelstelling te halen.

We zullen blijven inzetten op proactief beheer van onze schuldportefeuille, die momenteel voor 91% uit vastrentende schulden bestaat. 40% van onze schuld is momenteel uitgedrukt in andere valuta dan de US dollar en de vervaldagen van onze schulden zijn mooi verspreid over de komende jaren.

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

Tabel 16. Termijnen en terugbetalingsschema per 31 december 2019 (miljard USD)



VOORSTEL SLOTDIVIDEND

Tijdslijn dividend

	Ex-coupon datum	Registratiedatum	Betalingsdatum
Euronext: ABI	05 mei 2020	06 mei 2020	07 mei 2020
MEXBOL: ANB	05 mei 2020	06 mei 2020	07 mei 2020
JSE: ANH	06 mei 2020	08 mei 2020	11 mei 2020
NYSE: BUD (ADR programma)	05 mei 2020	06 mei 2020	04 juni 2020
Beperkte aandelen	05 mei 2020	06 mei 2020	07 mei 2020

De Raad van Bestuur van AB InBev stelt een slotdividend van 1,00 EUR per aandeel voor, onder voorbehoud van goedkeuring door de aandeelhouders op de algemene aandeelhoudersvergadering van 29 april 2020. Samen met het in november 2019 uitbetaalde interimdividend van 0,80 EUR per aandeel zal het totale dividend voor boekjaar 2019 1,80 EUR per aandeel bedragen.

AANTEKENINGEN

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 resultaten voor 9M19 binnen het kader van hyperinflatie op basis van de koopkracht in december en de slotkoers van FY19 wordt afzonderlijk weergegeven in de bijlagen bij de resultaten voor 4Q19 in de kolom genaamd "herformulering binnen het kader van hyperinflatie" en wordt niet meegenomen in de organische groeicijfers die in de resultaten voor 4Q19 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 standaard 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, de halfjaarlijkse resultaten en de resultaten voor de periode van negen maanden, wordt de "Geherformuleerde Resultaten 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 voor rapportage van leaseovereenkomsten 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 speciaalbieren in 21 landen. Wanneer we het hebben over consumenten van onze producten die alcohol bevatten, dan hebben we het over consumenten die de wettelijke leeftijd voor de consumptie van alcohol in hun rechtsgebied bereikt hebben.

Telkens wanneer er in dit document sprake is van prestatie-indicatoren (EBITDA, EBIT, winst, belastingvoet, winst per aandeel), worden zij gerapporteerd op een 'genormaliseerde' basis, wat betekent dat ze gerapporteerd worden vóór eenmalige opbrengsten en kosten en stopgezette activiteiten. Eenmalige opbrengsten en kosten hebben betrekking op transacties die zich niet regelmatig voordoen als onderdeel van de normale activiteiten van de onderneming. Ze worden afzonderlijk meegedeeld aangezien ze omwille van hun omvang of aard belangrijk zijn om tot een goed begrip te komen van de onderliggende duurzame prestaties van de onderneming. Genormaliseerde cijfers zijn aanvullende cijfers die door het management worden gebruikt en mogen niet dienen ter vervanging van de cijfers bepaald in overeenstemming met IFRS als indicator van de prestatie van de onderneming. Op 30 maart 2018 werd de 50:50 fusie van de bestaande activiteiten van AB InBev en Anadolu Efes in Rusland en Oekraïne afgerond. De gecombineerde activiteiten zijn volledig geconsolideerd in de financiële staten van Anadolu Efes. Ten gevolge van deze transactie consolideert AB InBev haar activiteiten in Rusland en Oekraïne niet langer en sinds die datum verwerkt AB InBev haar investering in AB InBev Efes administratief volgens de vermogensmutatiemethode. 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 4Q19 en FY19 is gebaseerd op een gewogen gemiddelde van 1.984 miljoen aandelen, vergeleken met een gewogen gemiddelde van 1.975 miljoen aandelen voor 4Q18 en FY18.

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 de risico's en onzekerheden met betrekking tot AB InBev die beschreven worden onder Item 3.D van AB InBev's 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 worden samengelezen met de andere waarschuwingen vervat in andere documenten, met inbegrip van AB InBev's 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 FY19 zijn ontleend aan de geauditeerde geconsolideerde financiële staten van de groep op datum van en voor de periode van twaalf maanden eindigend op 31 december 2019; deze gegevens werden nagezien door onze commissarissen PricewaterhouseCoopers Bedrijfsrevisoren BV /Réviseurs d'Entreprises SRL volgens de internationale auditnormen zoals die toegepast worden in België en resulteerden in een verklaring zonder voorbehoud. De financiële gegevens uit tabel 6, 8, 11, 12, 13 en 15 zijn ontleend aan de onderliggende financiële staten op datum van en voor de periode van twaalf maanden eindigend op 31 december 2019 (met uitzondering van de volume-informatie).

TELEFONISCHE CONFERENTIE EN WEBCAST

Telefonische conferentie en webcast voor investeerders op donderdag 27 februari 2020:

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

Registratiegegevens

Webcast (enkel luisteren):

[Webcast AB InBev 4Q19](#)

Telefonische conferentie (met interactieve V&A):

[Telefonische conferentie AB InBev 4Q19 \(met interactieve V&A\)](#)

CONTACTPERSONEN ANHEUSER-BUSCH INBEV

Investeerders

Lauren Abbott

Tel: +1 212 573 9287

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

Jency John

Tel: +1 646 746 9673

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

Mariya Glukhova

Tel: +32 1627 6888

E-mail: mariya.glukhova@ab-inbev.com

Media

Pablo Jimenez

Tel: +1 212 573 9289

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

Ingvild Van Lysebetten

Tel: +32 1627 6608

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®; multilandenmerken Beck's®, Hoegaarden®, Leffe® en Michelob Ultra®; en lokale kampioenen zoals Aguila®, Antarctica®, Bud Light®, Brahma®, Cass®, Castle®, Castle Lite®, Cristal®, Harbin®, Jupiler®, Modelo Especial®, Quilmes®, Victoria®, Sedrin® en Skol®. Ons brouwerfgoed gaat meer dan 600 jaar terug en beslaat verschillende continenten en generaties. Van onze Europese roots in brouwerij Den Hoorn in Leuven, België. Tot de pioniersgeest van de Anheuser & Co-brouwerij in St. Louis in de Verenigde Staten. Tot de oprichting van Castle Brewery in Zuid-Afrika tijdens de gold rush in Johannesburg. Tot Bohemia, de eerste brouwerij in Brazilië. We zijn geografisch gediversifieerd met een evenwichtige blootstelling aan ontwikkelde markten en groeimarkten, en benutten de collectieve sterkte van ongeveer 170,000 medewerkers in bijna 50 landen wereldwijd. In 2019 bedroeg de gerapporteerde opbrengst van AB InBev 52,3 miljard USD (exclusief joint ventures en geassocieerde ondernemingen).

Bijlage 1						
AB InBev Wereldwijd	FY18 Geherformuleerd	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	FY19	Interne groei
Volumes (duizend hls)	559 819	-4 601	-	6 209	561 427	1.1%
waarvan AB InBev eigen bieren	493 776	-2 113	-	3 759	495 423	0.8%
Opbrengsten	53 041	- 316	-2 664	2 268	52 329	4.3%
Kostprijs verkochte goederen	-19 933	14	1 030	-1 474	-20 362	-7.4%
Brutowinst	33 108	- 302	-1 634	794	31 967	2.4%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-16 807	157	829	- 599	-16 421	-3.6%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	805	8	- 37	100	875	12.2%
Genormaliseerde EBIT	17 107	- 137	- 843	295	16 421	1.7%
Genormaliseerde EBITDA	21 732	- 109	-1 123	578	21 078	2.7%
Genormaliseerde EBITDA-marge	41.0%				40.3%	-65 bps
Noord-Amerika	FY18 Geherformuleerd	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	FY19	Interne groei
Volumes (duizend hls)	110 726	50	-	-2 643	108 133	-2.4%
Opbrengsten	15 504	8	- 49	25	15 488	0.2%
Kostprijs verkochte goederen	-5 765	- 13	16	- 27	-5 789	-0.5%
Brutowinst	9 738	- 5	- 32	- 2	9 698	0.0%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-4 413	- 9	19	31	-4 372	0.7%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	40	-	-	- 15	26	-36.3%
Genormaliseerde EBIT	5 365	- 14	- 13	14	5 352	0.3%
Genormaliseerde EBITDA	6 199	- 12	- 15	13	6 185	0.2%
Genormaliseerde EBITDA-marge	40.0%				39.9%	2 bps
Midden-Amerika	FY18 Geherformuleerd	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	FY19	Interne groei
Volumes (duizend hls)	128 803	- 153	-	4 888	133 538	3.8%
Opbrengsten	11 614	- 146	- 381	824	11 912	7.2%
Kostprijs verkochte goederen	-3 336	- 39	108	- 283	-3 549	-8.4%
Brutowinst	8 278	- 184	- 271	541	8 363	6.7%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-3 176	56	96	- 24	-3 049	-0.8%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	88	6	- 3	30	121	31.9%
Genormaliseerde EBIT	5 189	- 122	- 179	547	5 435	10.7%
Genormaliseerde EBITDA	6 033	- 127	- 207	657	6 356	11.1%
Genormaliseerde EBITDA-marge	51.9%				53.4%	188 bps
Zuid Amerika	FY18 Geherformuleerd	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	FY19	Interne groei
Volumes (duizend hls)	135 618	188	-	3 858	139 664	2.8%
Opbrengsten	10 238	11	-1 383	924	9 790	9.0%
Kostprijs verkochte goederen	-3 842	26	529	- 722	-4 009	-18.9%
Brutowinst	6 396	37	- 855	203	5 781	3.2%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-2 976	43	401	- 259	-2 791	-8.9%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	267	- 6	- 13	- 47	201	-18.1%
Genormaliseerde EBIT	3 688	73	- 467	- 104	3 190	-2.8%
Genormaliseerde EBITDA	4 696	82	- 614	- 18	4 145	-0.4%
Genormaliseerde EBITDA-marge	45.9%				42.3%	-403 bps

EMEA	FY18	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	FY19	Interne groei
	Geherformuleerd					
Volumes (duizend hls)	87 135	-4 071	-	2 825	85 888	3.4%
Opbrengsten	8 368	- 209	- 528	280	7 911	3.4%
Kostprijs verkochte goederen	-3 473	100	224	- 357	-3 506	-10.6%
Brutowinst	4 894	- 110	- 304	- 76	4 404	-1.6%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-2 878	57	183	- 224	-2 862	-8.0%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	232	14	- 14	32	264	13.0%
Genormaliseerde EBIT	2 248	- 39	- 135	- 268	1 807	-12.1%
Genormaliseerde EBITDA	3 184	- 36	- 196	- 171	2 781	-5.4%
Genormaliseerde EBITDA-marge	38.1%				35.2%	-332 bps

Azië	FY18	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	FY19	Interne groei
	Geherformuleerd					
Volumes (duizend hls)	96 116	- 134	-	-2 814	93 168	-2.9%
Opbrengsten	6 735	- 8	- 314	130	6 544	1.9%
Kostprijs verkochte goederen	-3 098	3	137	40	-2 919	1.3%
Brutowinst	3 637	- 5	- 176	170	3 625	4.7%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-2 347	17	108	6	-2 216	0.2%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	154	-	- 12	88	230	57.1%
Genormaliseerde EBIT	1 444	12	- 80	263	1 639	18.0%
Genormaliseerde EBITDA	2 178	12	- 110	208	2 287	9.5%
Genormaliseerde EBITDA-marge	32.3%				35.0%	241 bps

Globale Export en Holdingmaatschappijen	FY18	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	FY19	Interne groei
	Geherformuleerd					
Volumes (duizend hls)	1 422	- 481	-	95	1 036	10.1%
Opbrengsten	582	28	- 8	84	685	14.2%
Kostprijs verkochte goederen	- 418	- 62	15	- 125	- 590	-27.1%
Brutowinst	164	- 34	6	- 41	95	-31.5%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-1 016	- 6	21	- 129	-1 131	-12.7%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	25	- 6	4	12	35	48.2%
Genormaliseerde EBIT	- 827	- 46	30	- 158	-1 001	-18.3%
Genormaliseerde EBITDA	- 558	- 26	20	- 111	- 676	-19.1%

Bijlage 2							
AB InBev Wereldwijd	4Q18 Geherformuleerd	Scope	Wisselkoers- effect	9M Geherformuleerd voor hyperinflatie	Interne groei	4Q19	Interne groei
Volumes (duizend hls)	140 161	- 449	-	-	2 267	141 979	1.6%
waarvan AB InBev eigen bieren	122 899	92	-	-	1 034	124 025	0.8%
Opbrengsten	13 792	- 90	- 757	55	334	13 334	2.5%
Kostprijs verkochte goederen	-5 063	-29	287	-6	-458	-5 269	-9.1%
Brutowinst	8 728	- 119	- 469	49	- 124	8 065	-1.5%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-4 086	46	206	-17	-298	-4 149	-7.5%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	193	15	-3	-5	12	213	5.6%
Genormaliseerde EBIT	4 836	-58	-268	28	-409	4 128	-8.6%
Genormaliseerde EBITDA	6 018	- 33	- 344	30	- 327	5 343	-5.5%
Genormaliseerde EBITDA-marge	43.6%					40.1%	-336 bps
Noord-Amerika	4Q18 Geherformuleerd	Scope	Wisselkoers- effect	9M Geherformuleerd voor hyperinflatie	Interne groei	4Q19	Interne groei
Volumes (duizend hls)	26 114	19	-	-	-645	25 489	-2.5%
Opbrengsten	3 700	- 1	- 3	-	- 62	3 635	-1.7%
Kostprijs verkochte goederen	-1 394	-3	1	-	20	-1 375	1.5%
Brutowinst	2 307	- 4	- 1	-	- 41	2 260	-1.8%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-1 023	-5	1	-	-1	-1 028	-0.1%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	28	-	-	-	-11	17	-38.3%
Genormaliseerde EBIT	1 311	-9	-1	-	-53	1 249	-4.0%
Genormaliseerde EBITDA	1 522	- 8	- 1	-	- 34	1 479	-2.2%
Genormaliseerde EBITDA-marge	41.1%					40.7%	-23 bps
Midden-Amerika	4Q18 Geherformuleerd	Scope	Wisselkoers- effect	9M Geherformuleerd voor hyperinflatie	Interne groei	4Q19	Interne groei
Volumes (duizend hls)	34 039	-16	-	-	1 521	35 544	4.5%
Opbrengsten	3 141	- 63	- 67	-	220	3 231	7.2%
Kostprijs verkochte goederen	-836	-5	20	-	-155	-976	-18.4%
Brutowinst	2 305	- 68	- 47	-	66	2 255	2.9%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-775	41	12	-	-53	-774	-7.2%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	17	1	1	-	-12	6	-70.6%
Genormaliseerde EBIT	1 547	-26	-34	-	1	1 487	0.1%
Genormaliseerde EBITDA	1 777	- 34	- 39	-	18	1 723	1.0%
Genormaliseerde EBITDA-marge	56.6%					53.3%	-325 bps
Zuid Amerika	4Q18 Geherformuleerd	Scope	Wisselkoers- effect	9M Geherformuleerd voor hyperinflatie	Interne groei	4Q19	Interne groei
Volumes (duizend hls)	39 851	-	-	-	1 358	41 209	3.4%
Opbrengsten	3 313	- 1	- 573	55	171	2 965	5.5%
Kostprijs verkochte goederen	-1 196	3	206	-6	-172	-1 165	-15.3%
Brutowinst	2 117	1	- 367	49	- 1	1 800	0.0%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-764	10	153	-17	-109	-727	-15.5%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	65	-1	-4	-5	7	63	9.8%
Genormaliseerde EBIT	1 418	11	-219	28	-102	1 136	-7.5%
Genormaliseerde EBITDA	1 675	19	- 275	30	- 70	1 380	-4.3%
Genormaliseerde EBITDA-marge	50.6%					46.5%	-451 bps

EMEA	4Q18 Geherformuleerd	Scope	Wisselkoers- effect	9M Geherformuleerd voor hyperinflatie	Interne groei	4Q19	Interne groei
Volumes (duizend hls)	23 469	- 382	-	-	780	23 867	3.4%
Opbrengsten	2 181	- 22	- 81	-	57	2 135	2.6%
Kostprijs verkochte goederen	- 887	- 16	39	-	- 152	- 1 016	-16.8%
Brutowinst	1 295	- 38	- 42	-	- 95	1 119	-7.6%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	- 708	6	26	-	- 83	- 758	-11.8%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	40	14	- 2	-	10	63	19.3%
Genormaliseerde EBIT	628	- 18	- 17	-	- 169	424	-27.7%
Genormaliseerde EBITDA	845	-	- 26	-	- 141	678	-16.7%
Genormaliseerde EBITDA-marge	38.7%					31.7%	-736 bps

Azië	4Q18 Geherformuleerd	Scope	Wisselkoers- effect	9M Geherformuleerd voor hyperinflatie	Interne groei	4Q19	Interne groei
Volumes (duizend hls)	16 424	- 68	-	-	- 875	15 481	-5.2%
Opbrengsten	1 290	- 10	- 30	-	- 39	1 211	-2.9%
Kostprijs verkochte goederen	- 628	10	15	-	16	- 587	2.4%
Brutowinst	663	1	- 16	-	- 23	624	-3.3%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	- 555	-	19	-	- 18	- 554	-3.2%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	32	1	- 2	-	37	67	114.8%
Genormaliseerde EBIT	140	1	1	-	- 5	137	-2.7%
Genormaliseerde EBITDA	337	1	- 3	-	- 38	297	-10.2%
Genormaliseerde EBITDA-marge	26.1%					24.5%	-205 bps

Globale Export en Holdingmaatschappijen	4Q18 Geherformuleerd	Scope	Wisselkoers- effect	9M Geherformuleerd voor hyperinflatie	Interne groei	4Q19	Interne groei
Volumes (duizend hls)	263	- 3	-	-	128	389	49.2%
Opbrengsten	164	7	- 3	-	- 12	156	-7.1%
Kostprijs verkochte goederen	- 123	- 18	6	-	- 15	- 150	-10.9%
Brutowinst	42	- 11	3	-	- 28	6	-90.8%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	- 262	- 6	- 6	-	- 34	- 308	-12.9%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	11	-	4	-	- 20	- 4	-172.4%
Genormaliseerde EBIT	- 208	- 17	2	-	- 84	- 306	-37.3%
Genormaliseerde EBITDA	- 138	- 12	-	-	- 64	- 214	-42.6%