

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 2Q20 vergeleken met dezelfde periode vorig jaar. Zie pagina 24 voor belangrijke disclaimers en meer informatie over de Geheformuleerde Resultaten voor 2019.

Anheuser-Busch InBev publiceert resultaten voor het tweede kwartaal en de eerste helft van 2020

BEDRIJFSUPDATE IN HET LICHT VAN DE WERELDWIJDE COVID-19-PANDEMIE

- De COVID-19-pandemie blijft overal ter wereld nooit geziene uitdagingen met zich meebrengen voor samenlevingen, overheden en bedrijven. De gezondheid en de veiligheid van onze werknemers is onze eerste prioriteit en we vinden wereldwijd nieuwe manieren om onze gemeenschappen te helpen, onze partners te steunen en nieuwe banden met onze consumenten te smeden.
- Onze resultaten in het tweede kwartaal ondervonden, zoals verwacht, een materiële impact van de COVID-19-pandemie. In de loop van het kwartaal zagen we echter een aanzienlijke verbetering. De volumes daalden in april met 32,4% en in mei met 21,4% terwijl de volumes in juni met 0,7% stegen, hetgeen de veerkracht van de wereldwijde biercategorie aantoont.
- In het licht van de economische onzekerheden ten gevolge van de COVID-19-pandemie hebben we onderzocht of een bijzondere waardevermindering uitgevoerd moest worden door verschillende scenario's af te toetsen: een basisscenario, een optimistisch scenario en een pessimistisch scenario. Er was geen bijzondere waardevermindering nodig in het basis- en optimistische scenario. In het pessimistische scenario werden we echter blootgesteld aan een risico op een bijzondere waardevermindering voor de kasstroom genererende eenheden in Zuid-Afrika en de rest van Afrika en kwamen we tot de conclusie dat het raadzaam was om een non-cash bijzondere waardevermindering op goodwill van 2,5 miljard USD te erkennen, waarbij de waarschijnlijkheid van het pessimistische scenario 30% bedraagt. Deze kost wordt gedeeltelijk teniet gedaan door de opbrengst van de verkoop van de Australische activiteiten ten bedrage van 1,9 miljard USD. Zie pagina 13/14 voor meer informatie.
- We investeren al jarenlang in capaciteiten zoals B2B-platformen, e-commerce kanalen en digitale marketing. Die trends zijn de afgelopen maanden in een stroomversnelling terechtgekomen, waardoor we goed gepositioneerd zijn om groei te realiseren.
- We hebben belangrijke maatregelen getroffen om onze sterke liquiditeitspositie te behouden in deze onzekere tijden en tegelijkertijd ons schuldprofiel proactief te beheren. We hebben ook meerdere initiatieven genomen om de VAA aanzienlijk terug te dringen en blijven doeltreffend investeren in onze merken en commerciële strategie om een sterk herstel voor te bereiden.
- De fundamentele sterktes van ons bedrijf blijven dezelfde. We hebben een duidelijke commerciële strategie, een diverse geografische voetafdruk, 's werelds waardevolste portefeuille van biermerken, het hoogste rendement in de sector, een sterk team en een ongelofelijk groot arsenaal aan talent.

KERNCIJFERS

- **Opbrengsten:** De opbrengsten namen in 2Q20 met 17,7% af, waarbij de opbrengsten per hl met 0,6% daalden door beperkingen opgelegd in het kader van de COVID-19-pandemie. De opbrengsten daalden in HY20 met 12,0%, met een stijging van de opbrengsten per hl met 1,6%.
- **Volume:** De totale volumes namen in 2Q20 met 17,1% af, waarbij het volume eigen bieren met 17,2% daalde en het volume niet-bieren een daling van 15,5% kende. In HY20 namen de totale volumes met 13,4% af, waarbij het volume eigen bieren met 14,0% daalde en het volume niet-bieren een daling van 7,6% kende. De daling was hoofdzakelijk het gevolg van de impact van de COVID-19-pandemie.
- **Wereldwijde merken:** De gecombineerde opbrengsten van onze wereldwijde merken - Budweiser, Stella Artois en Corona - daalden met 16,6% wereldwijd en met 12,6% buiten hun respectievelijke thuismarkten. In HY20 kenden de gecombineerde opbrengsten van onze wereldwijde merken een daling van 14,1% wereldwijd en van 14,9% buiten hun respectievelijke thuismarkten.

- **Kostprijs Verkochte Goederen (KVG):** De KVG daalde in 2Q20 met 4,9% en steeg met 15,2% per hl, vooral ten gevolge van een verminderde operationele hefboomwerking veroorzaakt door de impact die COVID-19 had op onze volumes, vooral in markten waar onze bieractiviteiten tijdens het kwartaal werden stilgelegd. De KVG verminderde in HY20 met 2,5% en steeg met 12,9% per hl.
- **EBITDA:** De EBITDA van 3 414 miljoen USD vertegenwoordigt een daling met 34,1% in het kwartaal, waarbij de EBITDA-marge met 825 basispunten daalde tot 33,2%. In HY20 daalde de EBITDA met 24,7% tot 7 363 miljoen USD en nam de EBITDA-marge met 585 basispunten af tot 34,6%.
- **Netto financiële kosten:** De netto financiële kosten (exclusief eenmalige netto financiële opbrengsten/kosten) bedroegen 1 044 miljoen USD in 2Q20 vergeleken met 1 004 miljoen USD in 2Q19. De netto financiële kosten bedroegen 4 204 miljoen USD in HY20 tegenover 1 370 miljoen USD in HY19. De stijging in HY20 was vooral het gevolg van een marktwaardeverlies van 1 724 miljoen USD gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's, vergeleken met een winst van 1 124 miljoen USD in HY19, wat goed is voor een schommeling van 2 848 miljoen USD.
- **Belastingen:** De genormaliseerde effectieve aanslagvoet (EAV) daalde van 26,0% in 2Q19 tot 16,8% in 2Q20. Wanneer geen rekening gehouden wordt met de impact van winsten ten gevolge van de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's, bedroeg onze genormaliseerde EAV 18,8% in 2Q20 tegenover 27,4% in 2Q19. De daling van onze genormaliseerde EAV exclusief marktwaardewinsten en -verliezen gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's houdt vooral verband met de landenmix en de positieve impact van belasting mechanismen, waarbij de belastingen op een lagere heffingsgrondslag zijn berekend wegens de COVID-19-pandemie. De genormaliseerde EAV steeg van 22,9% in HY19 naar 66,6% in HY20. Wanneer geen rekening gehouden wordt met de impact van verliezen ten gevolge van de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's, daalde onze genormaliseerde EAV van 27,4% in HY19 naar 22,8% in HY20.
- **Eenmalige opbrengsten en kosten:** De genormaliseerde EBIT is exclusief 832 miljoen USD aan eenmalige kosten in 2Q20 en 877 miljoen USD in HY20, vooral ten gevolge van een non-cash bijzondere waardevermindering op goodwill van 2,5 miljard USD die gedeeltelijk werd gecompenseerd door de opbrengst van de verkoop van onze Australische activiteiten voor een bedrag van 1,9 miljard USD.
- **Winst:** De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigen-vermogensinstrumenten van AB InBev bedroeg 921 miljoen USD in 2Q20 vergeleken met 2 319 miljoen USD in 2Q19, en 76 miljoen USD in HY20 vergeleken met 4 714 miljoen USD in HY19. De onderliggende winst (genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev exclusief marktwaardewinsten/-verliezen gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's en de impact van hyperinflatie) bedroeg 790 miljoen USD in 2Q20 ten opzichte van 2 143 miljoen USD in 2Q19, en 1 805 miljoen USD in HY20 tegenover 3 593 miljoen USD in HY19.
- **Winst per aandeel (WPA):** De genormaliseerde WPA bedroeg 0,46 USD in 2Q20, een daling van 1,17 USD tegenover 2Q19. De genormaliseerde WPA bedroeg 0,04 USD in HY20 in vergelijking met 2,38 USD in HY19. De onderliggende WPA (genormaliseerde WPA exclusief marktwaardewinsten/-verliezen gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's en de impact van hyperinflatie) daalde van 1,08 USD in 2Q19 naar 0,40 USD in 2Q20, en zakte van 1,81 USD in HY19 naar 0,90 USD in HY20.
- **Afbouw schuldpositie:** De verhouding tussen onze nettoschuld en genormaliseerde EBITDA bedroeg 4,86x op 30 juni 2020.
- **Financieel verslag voor de eerste helft van 2020:** Het verslag is beschikbaar op onze website www.ab-inbev.com.

Tabel 1. Geconsolideerde resultaten (miljoen USD)

		2Q19	2Q20	Interne groei
		Geherformuleerd		
Volumes (duizend hls)		144 316	119 895	-17,1%
	AB InBev eigen bieren	128 761	106 858	-17,2%
	Niet-biervolumes	14 460	12 194	-15,5%
	Producten van derden	1 096	842	-30,3%
Opbrengsten		13 599	10 294	-17,7%
Brutowinst		8 422	5 770	-25,6%
Brutomarge		61,9%	56,1%	-588 bps
Genormaliseerde EBITDA		5 644	3 414	-34,1%
Genormaliseerde EBITDA-marge		41,5%	33,2%	-825 bps
Genormaliseerde EBIT		4 513	2 297	-45,0%
Genormaliseerde EBIT-marge		33,2%	22,3%	-1096 bps
Winst van voortgezette bedrijfsactiviteiten toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten		2 369	-1 580	
Winst toe te rekenen aan houders		2 484	351	
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten		2 319	921	
Onderliggende winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten		2 143	790	
Winst per aandeel (USD)		1,25	0,18	
Genormaliseerde winst per aandeel (USD)		1,17	0,46	
Onderliggende winst per aandeel (USD)		1,08	0,40	
		HY19	HY20	Interne groei
		Geherformuleerd		
Volumes (duizend hls)		276 031	239 577	-13,4%
	AB InBev eigen bieren	244 144	210 294	-14,0%
	Niet-biervolumes	29 900	27 577	-7,6%
	Producten van derden	1 988	1 706	-21,0%
Opbrengsten		25 823	21 298	-12,0%
Brutowinst		15 869	12 201	-18,0%
Brutomarge		61,5%	57,3%	-419 bps
Genormaliseerde EBITDA		10 446	7 363	-24,7%
Genormaliseerde EBITDA-marge		40,5%	34,6%	-585 bps
Genormaliseerde EBIT		8 180	5 102	-33,6%
Genormaliseerde EBIT-marge		31,7%	24,0%	-779 bps
Winst van voortgezette bedrijfsactiviteiten toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten		5 819	-3 955	
Winst toe te rekenen aan houders		6 055	-1 900	
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten		4 714	76	
Onderliggende winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten		3 593	1 805	
Winst per aandeel (USD)		3,06	-0,95	
Genormaliseerde winst per aandeel (USD)		2,38	0,04	
Onderliggende winst per aandeel (USD)		1,81	0,90	

Tabel 2. Volumes (duizend hls)

	2Q19	Scope	Interne groei	2Q20	Interne groei	
	Geherformuleerd				Totale volume	Volume eigen bieren
Noord-Amerika	29 113	83	-1 602	27 594	-5,5%	-5,5%
Midden-Amerika	34 208	343	-12 630	21 921	-36,6%	-40,6%
Zuid Amerika	30 588	15	-2 080	28 523	-6,8%	-4,3%
EMEA	22 067	-30	-6 573	15 464	-29,8%	-29,5%
Azië	28 085	-50	-1 771	26 264	-6,3%	-6,4%
Globale Export en Holdingmaatschappijen	255	-11	-116	128	-48,4%	-43,7%
AB InBev Wereldwijd	144 316	350	-24 772	119 895	-17,1%	-17,2%

	HY19 Geherformuleerd	Scope	Interne groei	HY20	Interne groei	
					Totale volume	Volume eigen bieren
Noord-Amerika	53 635	127	-1 785	51 977	-3,3%	-3,3%
Midden-Amerika	64 722	578	-13 442	51 858	-20,6%	-23,2%
Zuid Amerika	66 856	15	-4 088	62 782	-6,1%	-6,0%
EMEA	40 214	- 72	-6 591	33 551	-16,4%	-16,1%
Azië	50 189	- 22	-11 122	39 045	-22,2%	-22,3%
Globale Export en Holdingmaatschappijen	416	- 11	- 41	364	-10,3%	-12,2%
AB InBev Wereldwijd	276 031	615	-37 069	239 577	-13,4%	-14,0%

COMMENTAAR VAN HET MANAGEMENT

Ons doel bij AB InBev is om mensen samen te brengen voor een betere wereld. Nu de wereld met een uitzonderlijke en nooit geziene crisis geconfronteerd wordt, worden we meer dan ooit door ons doel gedreven, zelfs als dat betekent dat we nieuwe vormen van samenzijn moeten vinden. We willen opnieuw onze immense waardering uitspreken voor al wie in de frontlinie staat door zich te engageren om ons en onze gezinnen te beschermen, met name de zorgverstrekkers overal ter wereld.

Onze mensen ondersteunen

De gezondheid en veiligheid van ons personeel blijft onze topprioriteit. We willen al onze werknemers, en met name zij die op het terrein de bedrijfscontinuïteit verzekeren, bedanken voor hun veerkracht, toewijding en flexibiliteit. Naarmate meer collega's zich terug naar de werkvloer begeven in markten waar de restricties worden opgeheven, nemen we strenge veiligheidsmaatregelen zoals strikte hygiënepraktijken, richtlijnen voor werkplekcapaciteit en sociale afstand, gezondheidsopvolging en persoonlijke beschermingsmiddelen.

Onze gemeenschappen helpen

Onze producten zijn bijna volledig van lokale oorsprong en worden ter plaatse gebrouwen, waardoor we nauw verbonden zijn met de gemeenschappen in onze markten over de hele wereld. We hebben geen noemenswaardige verstoring van onze bevoorradingsketen ervaren en we blijven onze activiteiten opvolgen en aanpassen om de continuïteit te prioriteren.

We werken nauw samen met plaatselijke overheden en andere stakeholders om onze schaal, capaciteiten en middelen te benutten teneinde de strijd tegen de pandemie te ondersteunen en bij te dragen aan het economische herstel. We benutten onze faciliteiten om miljoenen flessen desinfecterende handgel, gelaatsschermen en verpakt water te produceren en te schenken. Om de 20 000 directe landbouwers in onze wereldwijde toeleveringsketen te ondersteunen en zelfredzaam te maken, zijn we ons engagement nagekomen om gewassen te kopen op markten zoals Mexico en India, ook al lag onze productie stil. We voorzien landbouwers ook van persoonlijke beschermingsmiddelen en cruciale informatie over gezondheid, hygiëne en veilige teeltmethoden.

Onze klanten en met name onze horecapartners zijn eveneens hard getroffen door de pandemie, en we werken nauw met hen samen om de bedrijfscontinuïteit te waarborgen en een gezond herstel te ondersteunen. We hebben bijvoorbeeld in verschillende markten waardebbonprogramma's opgestart onder het motto "koop nu een biertje en geniet er later van" evenals initiatieven om de beschikbaarheid van vers bier te garanderen, zoals het "Certified Fresh"-platform van Bud Light in de VS.

Onze wereldwijde voetafdruk benutten

Toen de COVID-19-pandemie zich over de wereld verspreidde, hebben we onze markten in vier clusters gegroepeerd om zo beste praktijken te kunnen uitwisselen tussen vergelijkbare markten. De vier clusters werden als volgt gedefinieerd: (1) zich herstellende markten, (2) minder restrictieve ontwikkelde markten, (3) minder restrictieve groeiemarkten en (4) meer restrictieve groeiemarkten.

Naarmate de pandemie in het tweede kwartaal evolueerde, hebben we bepaalde markten bij andere clusters ingedeeld. Tal van Europese landen werden bijvoorbeeld "herstellende markten" nadat de restricties in mei en

juni werden afgebouwd, hetgeen onze collega's in Europa inspireerde om de best practices van onze teams in China en Zuid-Korea te repliceren en zo onze klanten in het horecasegment te ondersteunen voor een succesvolle heropening. Ze kregen "welkomstpakketten" met persoonlijke beschermingsmiddelen zoals merkmaskers en handgel die met onze overtollige alcohol was geproduceerd, evenals handleidingen met richtlijnen om de verspreiding van COVID-19 tegen te gaan. Daarnaast boden we digitale oplossingen aan onze klanten aan om de efficiëntie te verhogen en consumenten in de nieuwe omgeving op hun gemak te stellen.

Onze wereldwijde voetafdruk was een echte troef waardoor we lessen konden toepassen door de gehele organisatie en zo onze markten konden positioneren voor een sterk en vlot herstel.

Resultaten 2Q20

Onze resultaten in het tweede kwartaal ondervonden, zoals verwacht, een materiële impact van de COVID-19-pandemie. In de loop van het kwartaal zagen we echter een aanzienlijke verbetering van de resultaten per maand. We sloten het kwartaal af met een versterkt vertrouwen in de veerkracht van ons bedrijf en de wereldwijde biercategorie.

In april namen onze volumes met 32,4% af ten gevolge van een volledige stopzetting van onze bieractiviteiten in belangrijke markten zoals Mexico, Zuid-Afrika en Peru, en de sluiting van het horecasegment op de meeste markten.

In mei zagen we een gestage verbetering waarbij het volume met 21,1% daalde. Terwijl de stopzetting van onze bieractiviteiten aanhield in markten zoals Mexico en Zuid-Afrika, was die verbetering te danken aan een herstel van de positieve volumegroei in China, gezonde resultaten van onze bieractiviteiten in Brazilië, de geleidelijke heropening van het horecasegment op bepaalde markten, vooral in Europa, en de sterkte van het thuisverbruiksegment in zowel ontwikkelde markten als groeimarkten.

In juni noteerden we een volumegroei van 0,7% ondanks de sterke resultaten van het vorige jaar. In juni zagen we een significant herstel in Mexico en Zuid-Afrika, waar de hervatting van de activiteiten gepaard ging met een aanzienlijke consumentenvraag. In Brazilië kwamen de gezonde resultaten in een stroomversnelling met een betekenisvolle groei van het biervolume naarmate we onze ongeëvenaarde distributienetwerken, innovaties en digitale capaciteiten benutten om consumenten op nieuwe manieren te bereiken. In de VS noteerden we volume- en opbrengstengroei dankzij het succes van zowel onze premiummerken als onze bekende en vertrouwde pilsmerken en de sterkte van het thuisverbruiksegment. China zette uitzonderlijke resultaten neer met het hoogste maandelijkse volume aller tijden.

In 2Q20 daalde ons totale volume met 17,1%, waarbij ons volume eigen bieren met 17,2% verminderde. De opbrengsten per hl daalden met 0,6%, hetgeen leidde tot een totale opbrengstvermindering van 17,7%. De EBITDA nam met 34,1% af tot 3 414 miljoen USD en de marge daalde met 825 basispunten tot 33,2% wegens de opbrengstendaling en de zwakkere operationele hefboomwerking, vooral toen het volume in het begin van het kwartaal sterk afnam. Die ongunstige evolutie werd gedeeltelijk gecompenseerd door succesvolle initiatieven voor de toewijzing van middelen, waardoor de VAA aanzienlijk daalden.

Het verloop van de activiteiten in het tweede kwartaal versterkte ons vertrouwen in de veerkracht van de biercategorie, met name in het thuisverbruiksegment, waar we een gezonde groei noteerden in zowel ontwikkelde als groeimarkten. De geleidelijke heropstart van het horecasegment wereldwijd droeg eveneens bij tot de betere resultaten, vooral in mei en juni. We verheugen ons over de terugkeer van die consumptiegelegenheden, maar blijven voorzichtig aangezien we momenteel opnieuw restricties van de horeca zien in bepaalde markten. Zuid-Afrika implementeerde medio juli een tweede verbod op de verkoop van alcohol, wat een impact zal hebben op onze resultaten in 3Q20.

In het licht van de economische onzekerheden ten gevolge van de COVID-19-pandemie hebben we een bijzondere waardeverminderingstest uitgevoerd rekening houdend met verschillende scenario's voor het herstel van onze kasstroom genererende eenheden: een basisscenario (dat we het meest waarschijnlijk achten), een optimistisch scenario en een pessimistisch scenario, waarop we verschillende

waarschijnlijkheidsgraden hebben toegepast. Op basis van de beschikbare informatie kwamen we tot de conclusie dat een bijzondere waardevermindering niet nodig was in het basis- en optimistische scenario. In het pessimistische scenario werden we echter blootgesteld aan een risico op bijzondere waardevermindering voor de kasstroom genererende eenheden in Zuid-Afrika en de rest van Afrika en concludeerden we dat het raadzaam was om een non-cash bijzondere waardevermindering op goodwill van 2,5 miljard USD te erkennen waarbij de waarschijnlijkheid van het pessimistische scenario 30% bedraagt. Deze kosten worden gedeeltelijk gecompenseerd door de opbrengst van de verkoop van de Australische activiteiten ten bedrage van 1,9 miljard USD. Zie pagina 13/14 voor meer informatie.

Een band smeden met klanten en consumenten

Groeiende trends, zoals online B2B-platformen, e-commerce en digitale marketing, hebben de laatste maanden een hoge vlucht genomen. We hebben geïnvesteerd in deze capaciteiten omdat we ervan overtuigd zijn dat ze ons bedrijf echt klant- en consumentgericht zullen maken en ons een bevoordeelde positie geven om de groei van die evoluerende trends te benutten.

BEES, ons eigen B2B-platform om online te bestellen, maakt onze klanten zelfredzaam en zet ons aan om nog consumentgericht te worden. Het combineert onze ongeëvenaarde logistieke en verkoopsystemen met nieuwe digitale capaciteiten, waaronder algoritmen op basis van artificiële intelligentie. De mogelijkheid van een consistente dialoog zonder fysieke interacties is uiterst waardevol gebleken in deze onzekere tijden, wat de relatie met onze klanten verder versterkt.

We blijven een sterke groei zien in het e-commerce kanaal, zowel via onze direct-to-consumer platformen als via onze partnerschappen met grote wereldwijde online retailers. Consistente investeringen in de e-commerce van onszelf en van derden, waaronder 20+ direct-to-consumer oplossingen over de hele wereld, positioneren ons om de online verkoop te leiden. Bijvoorbeeld, in het tweede kwartaal is onze portefeuille van eigen e-commerce bierwinkels in Europa meer dan verdubbeld vergeleken met het vorige jaar en versnelde Zé Delivery de groei van het e-commerce segment voor bier in Brazilië aanzienlijk.

Als reactie op de crisis hebben we bovendien nieuwe eigen platformen ontwikkeld, zoals Tienda Cerca, een gratis online bezorgdienst die momenteel wordt gebruikt door zowat een 400.000 buurtwinkels in acht markten in Latijns-Amerika.

We hebben de voorbije maanden ook innovatieve manieren ontwikkeld om vanop afstand banden te smeden met de consumenten. In het Verenigd Koninkrijk vierde Budweiser de terugkeer van de English Premier League door fans de mogelijkheid te bieden om hun favoriete teams aan te moedigen vanop onze reclameborden. In Brazilië lanceerden we "lives", een reeks online concerten via livestream ter ondersteuning van ons merkenportfolio, waaronder onze recente innovatie Brahma Duplo Malte, die meer dan 675 miljoen keer werden bekeken en aanzienlijke media-aandacht kregen.

Financiële discipline toepassen

Ons engagement op het vlak van financiële discipline blijft sterk. We blijven de factoren waarop we invloed kunnen uitoefenen proactief beheren om onze liquiditeit te behouden en tegelijk de groei van onze activiteiten op lange termijn te ondersteunen.

Het efficiënte gebruik van onze middelen blijft een belangrijke competentie. In het tweede kwartaal hebben we dankzij verschillende initiatieven aanzienlijk kunnen besparen, terwijl we ook op een efficiënte manier bleven investeren in onze merken en onze commerciële strategie.

We hebben belangrijke maatregelen getroffen om onze sterke liquiditeitspositie te behouden in deze onzekere tijden en tegelijkertijd ons schuldprofiel proactief te beheren. Eerder dit jaar namen we onze hernieuwbare kredietfaciliteit (RCF) ten bedrage van negen miljard USD volledig op en hebben we met succes obligaties uitgegeven ter waarde van 4,5 miljard EUR en 6,0 miljard USD. Daarna ontvingen we ongeveer 10,8 miljard USD uit de verkoop van onze Australische dochtermaatschappij. In de loop van het kwartaal slaagden we er ook in onze kasstroomgeneratie uit onze voortgezette activiteiten te verbeteren.

Daardoor konden we onze RCF in juni volledig terugbetalen. In juli deden we een terugkooaanbieding voor bepaalde obligaties in USD en EUR en kondigden we de terugbetaling van bepaalde obligaties in USD, AUD en CAD aan, hetgeen heeft geleid tot een bruto schuldaflossing van meer dan 4,7 miljard USD. Deze proactieve maatregelen zorgden voor een aanzienlijke verlaging van onze schulden op korte termijn, terwijl we een sterke liquiditeit konden behouden.

De verhouding van de nettoschuld tot de genormaliseerde EBITDA was 4,86x voor de periode van 12 maanden eindigend op 30 juni 2020. Dit is te wijten aan de impact van de COVID-19-pandemie op onze resultaten en het seizoensgebonden karakter van onze kasstromen, die doorgaans belangrijker zijn naar de tweede helft van het jaar toe. We blijven ons engageren om onze schulden af te bouwen tot ongeveer 2x en zullen bepalen welke schulden prioritair behandeld moeten worden om deze doelstelling te halen.

Goed gepositioneerd voor een sterk herstel

In de eerste helft van dit jaar werden we allemaal zwaar op de proef gesteld. We worden geïnspireerd door de veerkracht van onze mensen, ons bedrijf en de wereldwijde biercategorie.

Ons bedrijf is goed gepositioneerd voor een sterk herstel. Onze geografische voetafdruk is zeer divers en we zijn aanwezig in regio's met een sterke groei. Dankzij onze duidelijke commerciële strategie hebben we de middelen ter beschikking voor een leidinggevende rol en groei van de wereldwijde biercategorie en de verspreiding van de beste praktijken over de markten. Dankzij onze portefeuille van de meest waardevolle biermerken ter wereld kunnen we meer consumenten bij meer gelegenheden bereiken. We zijn het meest rendabele bedrijf in de sector en kunnen daardoor zelfs de meest onstabiele omstandigheden aan. Onze investeringen in capaciteiten zoals B2B-verkoop, e-commerce en digitale marketing zorgen ervoor dat we ons in een gunstige positie bevinden om deze snel opkomende trends ten volle te benutten.

Wat nog meer van belang is, is het feit dat we een bedrijf van eigenaars zijn en op lange termijn denken. Onze mensen gaan elke dag opnieuw de uitdaging aan en geven blijk van vindingrijkheid, passie en kracht om ervoor te zorgen dat we blijven groeien. We hebben het voorrecht om de wereldwijde biercategorie aan te sturen, die doorheen de eeuwen al vele crisissen heeft doorstaan, en zullen succesvol blijven lang nadat de huidige crisis achter ons ligt.

OVERZICHT VAN DE BEDRIJFSACTIVITEITEN

Verenigde Staten

Onze resultaten in de VS zijn positief in het tweede kwartaal, ondanks de voortdurende druk op de sector en de onzekerheid veroorzaakt door de COVID-19-pandemie, voornamelijk dankzij de toepassing van onze commerciële strategie. We hebben lessen getrokken uit de ervaringen van onze collega's wereldwijd, en maakten gebruik van data en analyses, om onze activiteiten snel en efficiënt aan te passen, zodat we de markten verder konden bevoorraden en konden inspelen op de gewijzigde behoeften van de consumenten.

Ons geschatte marktaandeel was stabiel in dit kwartaal aangezien onze leveringen aan kleinhandelaars (VAK) stabiel bleven, in lijn met de sector. Als gevolg van de sterke consumentenvraag raakten de voorraden aan een versneld tempo uitgeput terwijl de leveringen aan groothandelaars (VAG) met 6,1% daalden. Als gevolg daarvan daalden de opbrengsten met 5,9%. De opbrengsten per hl stegen met 0,2%, daar initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer teniet werden gedaan door de door de overheid opgelegde sluitingen in het horecasegment, hetgeen een invloed had op onze pubs met eigen brouwerijen en de teruggave van vaten van het horecasegment in samenwerking met onze groothandelaars. Over het tweede kwartaal zagen we een geleidelijke heropening van het horecasegment, hoewel een groot aantal staten sindsdien opnieuw restricties hebben opgelegd. De EBITDA daalde met 5,1%, met een groei van de marge met 32 basispunten tot 41,0% dankzij kostenbesparingen en de timing van de voorzieningen voor variabele compensatie.

Onze portefeuille Above Core-merken nam opnieuw het voortouw en zorgde voor een groei van het geschatte

marktaandeel met 90 basispunten in 2Q20. De succesvolle lancering van Bud Light Seltzer eerder dit jaar speelde hierin een grote rol en blijft de voornaamste innovatie in de categorie in 2020 wat volume betreft. Michelob Ultra bleef voortbouwen op zijn momentum als snelste stijger op het vlak van marktaandeel in de categorie en vond digitaal zijn weg naar consumenten met een actieve levensstijl.

In het pilssegment waren onze Core, Core Light en goedkope merken verantwoordelijk voor een verlies van marktaandeel van naar schatting 90 basispunten. Deze verbetering ten opzichte van de recente tendensen is grotendeels te danken aan de stijgende verkoop van bier voor thuisverbruik, hetgeen op een onevenredige manier ten goede komt aan gevestigde merken en grotere verpakkingen. Binnen het pilssegment schatten we dat onze portefeuille ongeveer 15 basispunten marktaandeel verloren heeft.

In HY20, daalde onze VAK met 0,4% in een sector die naar onze schatting stabiel bleef, hetgeen tot een daling van het marktaandeel met 20 basispunten heeft geleid. Onze VAG daalde met 3,7% en onze opbrengsten daalden met 2,3%, met een stijging van de opbrengsten per hl met 1,5%. De EBITDA daalde met 1,6% en de EBITDA-marge steeg met 28 basispunten tot 40,4%.

Mexico

In 2Q20 daalden onze volumes in Mexico met 38%, een beter resultaat dan de sector. De opbrengsten daalden met 36%, met een gemiddelde eencijferige groei boven inflatie van de opbrengsten per hl dankzij initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer en een positieven merkenmix op basis van de groei van onze portefeuille Above Core-merken. De EBITDA daalde met 47% tijdens het kwartaal, met een daling van de marge als gevolg van de operationele hefboomwerking en een nadelige verpakkingmix, gedeeltelijk gecompenseerd door initiatieven op het vlak van kostenbesparingen.

In de eerste twee maanden van het kwartaal werden onze bieractiviteiten stilgelegd omwille van de nationale lockdown. We slaagden erin snel over te schakelen naar de productie van bieren met een laag alcoholgehalte, Victoria 1.8 en Corona Ligera, die gericht waren op thuisverbruik. We maakten ook optimaal gebruik van onze direct-to-consumer en B2B-mogelijkheden, die tijdens de volledige periode van de crisis aan een versneld tempo aan belang wonnen. Daarenboven lanceerden we een platform, "#PorNuestroMexico", ter ondersteuning van een sterk herstel via humanitaire initiatieven, zoals de verdeling van mondkapjes en handreinigers, evenals initiatieven ter ondersteuning van de klanten, zoals het verstrekken van veiligheidsuitrustingen en het verlenen van krediet.

In juni werden de beperkingen op onze activiteiten opgeheven en slaagden we erin snel opnieuw volledig operationeel te zijn, waarbij we versterkte veiligheidsmaatregelen namen om onze mensen te beschermen. Onze biervolumes stegen in juni met bijna 20% dankzij de aanvulling van de voorraden door de handelaars en een sterke consumentenvraag. Onze portefeuille Above Core-merken kende in deze maand een sterke groei, met een tweecijferige groei van onze wereldwijde merken, Michelob Ultra en de Modelo Especial-familie.

In HY20 daalden de volumes met bijna 20%, met een gemiddelde eencijferige groei boven inflatie van de opbrengsten per hl, hetgeen heeft geleid tot een daling van de opbrengsten met ongeveer 15% en een daling van de EBITDA met bijna 20%.

In juli werd onze merkenportefeuille te koop aangeboden in nog eens 1 600 OXXO winkels, waarmee we de vierde golf van onze uitbreiding naar de grootste keten van gemakswinkels in het land beëindigden. We blijven enthousiast over het groeipotentieel op lange termijn van deze opportuniteit.

Colombia

In Colombia daalde het totale volume ondanks de sluiting van het horecasegment, dat meer dan de helft van ons volume vertegenwoordigt, met 31%, met een daling van het biervolume met 32% en een daling van het volume niet-bieren met ongeveer 20%. In juni kenden onze volumeresultaten een verbetering ten opzichte van de eerste twee maanden van het kwartaal, daar de geleidelijke herstart van bepaalde sectoren van de economie tot een verhoging van het consumentenvertrouwen en het beschikbare inkomen hebben geleid. De

totale opbrengsten daalden met 35% tijdens het kwartaal, waarbij de opbrengsten per hl die een gemiddelde eencijferige daling kenden, nadeel ondervonden van de sluiting van het horecasegment en de toename van de verkoop van onze goedkopere verpakkingen. De EBITDA daalde met ongeveer 46%, met een daling van de marge met meer dan 800 basispunten, veroorzaakt door ongunstige valuta- en grondstofprijsschommelingen, operationele hefboomwerking en een ongunstige mix van kanalen en verpakkingen, gedeeltelijk gecompenseerd door kostenbesparingen.

Onze resultaten voor het kwartaal werden in grote mate getroffen door de nationale lockdown van het horecasegment en restricties rond thuisblijven, hoewel deze begonnen te versoepelen naarmate het kwartaal vorderde. Hoewel het verbruik van alcohol in horecazaken nog steeds aan beperkingen onderworpen is, bieden vele horecazaken nu een afhaaldienst aan en dragen zo bij tot een verdere stijging van de volumes. We hebben het premiumsegment in het kwartaal verder uitgebreid en onze strategie voor slimme betaalbaarheid verder versterkt. We steunen de heropstart van onze klanten met initiatieven als Tienda Cerca, een online leverplatform, en ons onlangs gelanceerde eigen B2B online platform, BEES.

In HY20, daalde het totale volume met bijna 20%, met een daling van het biervolume met bijna 20% en een lage dubbelcijferige daling van het volume niet-bieren. De opbrengsten kenden een lage dubbelcijferige daling, en de opbrengsten per hl een gemiddelde eencijferige daling. De EBITDA kende een dubbelcijferige daling en de marge kromp met meer dan 400 basispunten.

Brazilië

In Brazilië daalde de opbrengst met 6,2% in 2Q20 en kenden de totale volumes een daling met 4,1%. Onze bieractiviteiten zetten in een onstabiele externe omgeving gezonde resultaten neer, met een volumedaling van 1,3%, waarmee we het naar onze schatting beter doen dan de sector. We zagen een verbetering tijdens het kwartaal dankzij het succes van onze innovatiestrategie, de betrouwbaarheid van onze toeleveringsketen en de relatie met onze klanten, de kracht van onze distributievoetafdruk en een verschuiving van thuisverbruik naar de traditionele verkooppunten, waar ons portfolio oververtegenwoordigd is. Deze voordelen werden bovendien nog versterkt door de positieve impact van overheidssubsidies op het beschikbare inkomen van de consument. Onze niet-bieractiviteiten kenden een daling van 12,6% als gevolg van de beperkingen opgelegd in het kader van COVID-19 en de daaruit voortvloeiende verandering in de verbruiksmomenten. De opbrengsten per hl daalden met 2,2% in 2Q20, hoofdzakelijk als gevolg van de verschuiving van de kanalenmix naar het thuisverbruiksegment.

In 2Q20 kende de EBITDA een daling met 28,6%, met een daling van de marge met 927 basispunten tot 29,1% door de impact van de operationele hefboomwerking en de verpakkingmix, als gevolg van de verschuiving in de kanalenmix. Deze ongunstige evolutie werd gedeeltelijk gecompenseerd door aanzienlijke kostenbesparingen in de VAA.

Hoewel de COVID-19-pandemie ons bedrijf voor grote uitdagingen heeft gesteld, heeft ze ook een versnelling van consumententrends waarin we al hadden geïnvesteerd in gang gezet, waarbij in de eerste plaats de behoefte aan een innovatieve consumentgerichte mentaliteit wordt versterkt en de bedrijfstransformatie, die mogelijk wordt gemaakt door technologie, wordt bevorderd. We ondersteunen onze merkenportefeuille in een groot aantal segmenten. In het pilssegment kende Skol Puro Malte een sterke tweecijferige groei ten opzichte van een significante basis. In het Core Plus-segment kende Bohemia tijdens het kwartaal minstens een verdubbeling van zijn resultaten, ondersteund door zijn herpositionering en nieuwe visuele merkidentiteit, en we versterken onze aanwezigheid in het segment door de succesvolle lancering van Brahma Duplo Malte. In het premiumsegment kenden onze wereldwijde merken een dubbelcijferige groei, die in hoofdzaak te danken is aan Budweiser, hoewel de binnenlandse premiummerken een daling kenden als gevolg van hun oververtegenwoordiging in het horecasegment.

Onze digitale transformatie trekt verder aan. Onze klanten maken meer en meer gebruik van onze B2B digitale oplossingen, en ons direct-to-consumer e-commerce platform, Zé Delivery, wint zeer snel aan geografisch bereik, met 2,2 miljoen bestellingen in juni ten opzichte van 1,5 miljoen bestellingen in FY19. We blijven op nieuwe manieren banden smeden met consumenten via initiatieven als "lives", een reeks online concerten via

livestream die tijdens het kwartaal meer dan 675 miljoen keer werden bekeken.

In HY20 namen onze volumes met 6,9% af, waarbij het biervolume met 6,9% daalde en het volume niet-bieren een daling van 6,8% kende. De opbrengsten daalden met 8,3%, met een daling van de opbrengsten per hl met 1,5%. De EBITDA daalde met 27,2% terwijl de marge met 820 basispunten afnam tot 31,7%.

Zuid-Afrika

Onze activiteiten in Zuid-Afrika werden zwaar getroffen door de nationale lockdown die eind maart begon en tot eind mei duurde, met een volledig verbod op de verkoop van alcoholische dranken. De opbrengsten en het volume daalden met meer dan 60%. De EBITDA bleef net boven break-even voor het kwartaal, met een aanzienlijke daling van de marge als gevolg van de operationele afbouw veroorzaakt door de volledige afwezigheid van volumes in de eerste twee maanden van het kwartaal, gedeeltelijk gecompenseerd door initiatieven op het vlak van kostenbesparing. In HY20 kenden de opbrengsten en de EBITDA een dubbelcijferige daling en een aanzienlijke inkrimping van de marge.

We hernamen onze activiteiten in het begin van juni en kenden een sterk herstel in die maand, met een hoge eencijferige volumegroei. Een tweede verbod op de verkoop van alcoholische dranken werd midden juli ingevoerd. Onze prioriteit is en zal steeds de veiligheid van onze mensen en gemeenschappen blijven. We werken nog steeds samen met de Zuid-Afrikaanse regering voor de ontwikkeling van maatregelen om de gezondheids crisis te overwinnen, en ondersteunen tezelfdertijd het broodnodige economische herstel van het land.

China

In het tweede kwartaal zetten onze activiteiten in China hun herstel verder, met een kleine volumedaling met 0,4%. Waar we in april een daling van 17% kenden, behaalden we in mei en juni een gemiddelde eencijferige groei. Onze resultaten voor juni weerspiegelden de hoogste maandelijkse volumes ooit in China, terwijl de voorraden bij de handelaars op een gezond niveau bleven. Onze opbrengsten daalden met 4,7% waarbij de opbrengsten per hl daalden met 4,3% in het kwartaal als gevolg van uitdagende vergelijkende cijfers en een ongunstige merken- en kanalenmix. Dit laatste is te wijten aan het tragere herstel van het nachtlevenkanaal. De EBITDA daalde met 12,6%, met een EBITDA-marge van 38,3%, te wijten aan de opbrengstendaling, gedeeltelijk gecompenseerd door kostenbesparingen.

In 2Q20 behield onze portefeuille Super Premium-merken zijn momentum, met een volumegroei tijdens het kwartaal. Onze opbrengsten per hl werden echter negatief beïnvloed door het tragere herstel van het nachtlevenkanaal, waar Budweiser het belangrijkste merk is. Onze pilsmerken, en in het bijzonder onze lokale merken, zetten tijdens het kwartaal sterke resultaten neer. We zijn van mening dat de premiumisering op lange termijn zich doorzet in China, gezien de blijvende gezonde resultaten van het Super Premiumsegment, sterke tekenen van economisch herstel en een bemoedigend stimuleringsbeleid.

We lanceerden vóór het zomerseizoen verschillende nieuwe merken van diverse prijsklassen en stijlen. Gebruik makend van onze wereldwijde merkenportefeuille en het kader voor de uitbreiding van de categorie hebben we Bud Light gelanceerd als een premiumpils en Beck's als een product op basis van pure mout. Daarenboven hebben we Sedrin Lychee op nationaal niveau verspreid in het segment van aromatische bieren.

Tijdens het kwartaal merkten we een verbetering in alle kanalen. Het thuisverbruiksegment is volledig operationeel en we zetten zeer sterke resultaten neer, met een hoge eencijferige volumegroei. In het horecasegment waren meer dan 90% van de restaurants tegen eind juni open, met verkoopcijfers die vergelijkbaar zijn met die van vorig jaar. Het nachtlevenkanaal kende maand na maand een aanzienlijke verbetering, en meer dan 80% van de zaken waren open tegen eind juni. Het e-commerce kanaal, waar ons marktaandeel gegroeid is tot meer dan het dubbele van het aandeel van onze directe concurrent, bleef een versnelde groei kennen.

In HY20, daalden de opbrengsten met 23,3% als gevolg van een volumedaling met 20,6% en een daling van

de opbrengsten per hl met 3,4%. De EBITDA daalde met 37,0%, met een EBITDA-marge van 33,3%.

Hoogtepunten van onze andere markten

Onze activiteiten in **Canada** gaven blijk van veerkracht in een uitdagende omgeving met stabiele volumes, wat beter is dan de sector. Onze niet-biermerken zetten zeer sterke resultaten neer dankzij de succesvolle lanceringen van nieuwe producten en de groei van onze seltzer-portefeuille, onder impuls van Nutrl. De COVID-19-pandemie resulteerde in een verschuiving van het horecasegment, dat een hogere opbrengst per hl heeft, naar het thuisverbruiksegment. Dat heeft gevolgen voor onze opbrengsten, hoewel dit ruimschoots werd gecompenseerd door kostenbesparingen met het oog op volumegroei.

In **Peru** kenden onze volumes en opbrengsten een aanzienlijke daling als gevolg van de door de regering opgelegde lockdown in maart. Eind april hernamen we de verkoop en distributie van de bestaande voorraden en in juni hernamen we onze brouwactiviteiten volledig, hetgeen resulteerde in een verbeterde volumetrend tijdens het kwartaal. We voeren momenteel een transformatie van onze activiteiten door, waarmee we de consumenten beter kunnen bereiken via een verbeterde portefeuille nieuwe merken, zoals ons merk Golden, dat werd gelanceerd in het kader van onze strategie voor slimme betaalbaarheid.

In **Ecuador** kenden onze volumes en opbrengsten een aanzienlijke daling als gevolg van de COVID-19-pandemie en de daarmee gepaard gaande overheidsbeperkingen. In juni werden de maatregelen geleidelijk versoepeld, wat tot een verbetering van de volumetrends in die maand heeft geleid. Ondanks de moeilijke situatie wonnen onze premium- en super premiummerken tijdens het kwartaal aan marktaandeel. We hebben onze slimme betaalbaarheidsstrategie bovendien uitgebreid door het brouwen van bieren op basis van lokale gewassen via een programma met de naam Siembra por Contrato, bedoeld om de landbouwers in het land te steunen.

In **Argentinië** ondervonden onze activiteiten de impact van de aanhoudende moeilijke situatie. De volumes kenden een lage tweecijferige daling tijdens het kwartaal, terwijl de opbrengsten en de opbrengsten per hl een tweecijferige groei kenden dankzij initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer in een omgeving die onderhevig is aan inflatie. Onze portefeuille Above Core-merken behield zijn veerkracht en behaalde goede resultaten onder impuls van de groei van onze wereldwijde en lokale merken. Corona en onze lokale kampioen in het Core Plus-segment, Andes Origen, kenden in het kwartaal een groei van bijna 20%. We blijven ons concentreren op de digitalisering van onze activiteiten en hebben reeds sterke resultaten behaald uit onze direct-to-customer initiatieven en onze e-retailplatformen ter ondersteuning van plaatselijke bedrijven.

In **Europa** daalden de volumes en de opbrengsten met ongeveer 15% tijdens het kwartaal. De opbrengsten per hl kenden een gemiddelde eencijferige daling, die hoofdzakelijk te wijten is aan de kanalenmix als gevolg van de algemene sluiting van het horecasegment, gedeeltelijk gecompenseerd door een positieve merkenmix door de aanhoudende sterke resultaten van onze premiummerken. We hebben sinds de uitbraak van de COVID-19-pandemie een positieve evolutie van het thuisverbruiksegment gekend, met een versnelde groei van de premiummerken en grotere verpakkingen. In juni startte het horecasegment in de meeste van onze markten opnieuw op, hetgeen heeft geleid tot een verbetering van de volumetrends. In het tweede kwartaal bleven we in de meerderheid van onze markten aan marktaandeel winnen, mede dankzij de sterke groei van Budweiser na de succesvolle lancering in Frankrijk en Nederland vorig jaar.

In **Afrika**, met uitzondering van Zuid-Afrika, bleven de brouwerijen in de meeste van onze belangrijke markten operationeel tijdens het kwartaal. In Nigeria zagen we een snel herstel na de versoepeling van de maatregelen in mei, wat in juni tot een volumegroei leidde. We merkten een gelijkaardige evolutie in onze andere markten in Afrika, waarbij april de maand was waarin we het hardst werden getroffen, gevolgd door stijgende volumes in mei en een groei in vele markten in juni.

In **Zuid-Korea** kenden onze opbrengsten in 2Q20 een daling als gevolg van een zwakkere sector door de COVID-19-pandemie. We werden ook geconfronteerd met moeilijke vergelijkende cijfers voor de opbrengsten per hl, aangezien we in april 2019 een prijsverhoging doorvoerden die vervolgens in oktober 2019 werd teruggeschroefd om de binnenlandse biersector nieuw leven in te blazen. We blijven inzetten op onze volledige merkenportefeuille om in alle prijssegmenten en kanalen banden te smeden met de consumenten. In het

premiumsegment deed onze sterke portefeuille van gevestigde merken en recente innovaties het beter dan de industrie. We schatten dat ons marktaandeel in het kwartaal verder is gegroeid. We worden bemoedigd door het momentum van alle merken van onze portefeuille in de markt.

GECONSOLIDEERDE RESULTATENREKENING

Tabel 3. Geconsolideerde resultatenrekening (miljoen USD)

	2Q19 Geherformuleerd	2Q20	Interne groei
Opbrengsten	13 599	10 294	-17,7%
Kostprijs verkochte goederen	-5 176	-4 524	4,9%
Brutowinst	8 422	5 770	-25,6%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-4 139	-3 536	6,8%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	229	63	-70,9%
Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige opbrengsten/(kosten)	4 513	2 297	-45,0%
Enmalige opbrengsten/(kosten) boven EBIT	- 58	-2 751	
Netto financiële opbrengsten/(kosten)	-1 004	-1 044	
Enmalige netto financiële opbrengsten/(kosten)	79	174	
Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen	9	20	
Belastingen	- 894	- 174	
Winst van voortgezette bedrijfsactiviteiten activiteiten	2 645	-1 478	
Resultaten van stopgezette activiteiten	115	1 930	
Winst	2 760	452	
Winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen	276	102	
Winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	2 484	351	
Genormaliseerde EBITDA	5 644	3 414	-34,1%
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	2 319	921	

	HY19	HY20	Interne
	Geherformuleerd		groei
Opbrengsten	25 823	21 298	-12,0%
Kostprijs verkochte goederen	-9 953	-9 097	2,5%
Brutowinst	15 869	12 201	-18,0%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-8 077	-7 257	4,0%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	388	158	-56,3%
Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige opbrengsten/(kosten)	8 180	5 102	-33,6%
Eenmalige opbrengsten/(kosten) boven EBIT	- 103	-2 796	
Netto financiële opbrengsten/(kosten)	-1 370	-4 204	
Eenmalige netto financiële opbrengsten/(kosten)	1 201	-1 388	
Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen	62	33	
Belastingen	-1 565	- 492	
Winst van voortgezette bedrijfsactiviteiten	6 406	-3 744	
Resultaten van stopgezette activiteiten	236	2 055	
Winst	6 642	-1 688	
Winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen	587	211	
Winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	6 055	-1 900	
Genormaliseerde EBITDA	10 446	7 363	-24,7%
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	4 714	76	

Enmalige opbrengsten en kosten boven EBIT

Tabel 4. Enmalige opbrengsten/(kosten) boven EBIT van voortgezette en stopgezette bedrijfsactiviteiten (miljoen USD)

	2Q19	2Q20	HY19	HY20
	Geherformuleerd		Geherformuleerd	
Bijzondere waardevermindering op goodwill	-	-2 500	-	-2 500
COVID-19 kosten	-	- 66	-	- 78
Herstructurering	- 30	- 35	- 58	- 60
Verkoop van activiteiten en activa (inclusief bijzondere waardeverminderingen)	- 14	- 149	- 24	- 154
Verwervingskosten van bedrijfscombinaties	- 16	- 2	- 23	- 4
Enmalige opbrengsten/(kosten) uit voortgezette bedrijfsactiviteiten	- 58	-2 752	- 105	-2 796
Opbrengsten uit de verkoop van Australië (in stopgezette bedrijfsactiviteiten)	-	1 919	-	1 919
Totaal eenmalige impact op het bedrijfsresultaat	- 58	- 832	- 103	- 877

De EBIT is exclusief 832 miljoen USD aan eenmalige kosten in 2Q20 en 877 miljoen USD in HY20.

In 2Q20 rapporteerden we een non-cash bijzondere waardevermindering op goodwill van 2,5 miljard USD. De COVID-19-pandemie resulteerde in een scherpe daling van de verkoop in 2Q20 in vele landen waar we actief zijn. We zijn tot de conclusie gekomen dat een gebeurtenis heeft plaatsgevonden waardoor een bijzondere waardeverminderingstest noodzakelijk is geworden. Tijdens de bijzondere waardeverminderingstest werden drie mogelijke scenario's in overweging genomen met betrekking tot het herstel van de verkoop voor de geteste kasstroom genererende eenheden: een basisscenario, dat ons het meest waarschijnlijk lijkt, een optimistisch scenario en een pessimistisch scenario. Op basis van de resultaten van de bijzondere waardeverminderingstest kwamen we tot de conclusie dat een bijzondere waardevermindering niet nodig was in het basis- en optimistische scenario.

In het pessimistische scenario echter, waarbij hogere verdisconteringsvoeten worden toegekend ter dekking van het grotere bedrijfsrisico, kwamen we tot de conclusie dat de geschatte realiseerbare waarde van de kasstroomgenererende eenheden in Zuid-Afrika en de rest van Afrika onder hun boekwaarde ligt. Daarom besloten we dat het in het licht van de onzekere situatie aangewezen was om een bijzondere waardevermindering van 2,5 miljard USD te boeken, waarbij rekening werd gehouden met een kans van 30%

dat het pessimistische scenario zich zou voordoen. De bijzondere waardevermindering op goodwill werd gedeeltelijk gecompenseerd door de opbrengst van 1,9 miljard USD uit de verkoop van de Australische activiteiten, zoals opgenomen in de "Resultaten van stopgezette activiteiten".

Bovendien is het genormaliseerde bedrijfsresultaat exclusief 66 miljoen USD aan eenmalige kosten in 2Q20 en 78 miljoen USD in HY20 ten gevolge van de kosten gemaakt in verband met COVID-19. Die kosten houden hoofdzakelijk verband met persoonlijke beschermingsmiddelen voor onze werknemers en met schenkingen aan goede doelen.

Netto financiële opbrengsten/(kosten)

Tabel 5. Netto financiële opbrengsten/(kosten) (miljoen USD)				
	2Q19	2Q20	HY19	HY20
	Geherformuleerd		Geherformuleerd	
Netto-interestkosten	- 973	-1 004	-1 946	-1 898
Netto-interestkosten voor pensioenen	- 23	- 20	- 48	- 41
Periode toerekeningkosten	- 145	- 133	- 287	- 291
Aanpassing aan marktwaarde	174	131	1 124	-1 724
Overige financiële resultaten	- 37	- 18	- 213	- 250
Netto financiële opbrengsten/(kosten)	-1 004	-1 044	-1 370	-4 204

In HY20 werden de netto financiële kosten negatief beïnvloed door de marktwaardeverliezen 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				
	2Q19	2Q20	HY19	HY20
Aandelenkoers per begin periode (euro per aandeel)	74,76	40,47	57,70	72,71
Aandelenkoers per einde periode (euro per aandeel)	77,84	43,87	77,84	43,87
Aantal eigen-vermogeninstrumenten per einde periode (miljoen)	46,9	55,0	46,9	55,0

Eenmalige netto financiële opbrengsten/(kosten)

Tabel 7. Eenmalige netto financiële opbrengsten/(kosten) (miljoen USD)				
	2Q19	2Q20	HY19	HY20
	Geherformuleerd		Geherformuleerd	
Aanpassing aan marktwaarde (Grupo Modelo instrument voor uitgestelde aandelen)	88	62	556	- 729
Andere aanpassing aan marktwaarde	87	61	542	- 709
Kosten gerelateerd aan vervroegde terugbetaling van obligaties & andere	- 96	50	103	50
Eenmalige netto financiële opbrengsten/(kosten)	79	173	1 201	-1 388

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

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

Tabel 8. Eenmalige uitgestelde aandelen instrumenten				
	2Q19	2Q20	HY19	HY20
Aandelenkoers per begin kwartaal (euro per aandeel)	74,76	40,47	57,70	72,71
Aandelenkoers per einde kwartaal (euro per aandeel)	77,84	43,87	77,84	43,87
Aantal eigen-vermogeninstrumenten per einde periode (miljoen)	45,5	45,5	45,5	45,5

Belastingen

Tabel 9. Belastingen (miljoen USD)

	2Q19	2Q20	HY19	HY20
	Geherformuleerd		Geherformuleerd	
Belastingen	894	174	1 565	492
Effectieve Aanslagvoet	25,3%	-13,1%	19,8%	-15,0%
Genormaliseerde Effectieve Aanslagvoet	26,0%	16,8%	22,9%	66,6%
Genormaliseerde Effectieve Aanslagvoet exclusief aanpassing aan marktwaarde	27,4%	18,8%	27,4%	22,8%

De daling van onze genormaliseerde EAV exclusief marktwaardewinsten en -verliezen gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's, zowel in 2Q20 als in HY20, houdt vooral verband met de landenmix en de positieve impact van belasting mechanismen, waarbij de belastingen op een lagere heffingsgrondslag zijn berekend wegens de COVID-19-pandemie.

Winst, genormaliseerde winst en onderliggende winst

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

	2Q19	2Q20	HY19	HY20
	Geherformuleerd		Geherformuleerd	
Winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	2 484	351	6 055	-1 900
Eenmalige opbrengsten en kosten, voor belastingen	58	2 751	103	2 796
Eenmalige financiële (opbrengsten)/kosten, voor belastingen	- 79	- 174	-1 201	1 388
Eenmalige belastingen	- 19	- 37	5	- 107
Eenmalige minderheidsbelangen	- 10	- 41	- 12	- 46
Resultaten van stopgezette activiteiten (inclusief eenmalige resultaten)	- 115	-1 930	- 236	-2 055
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	2 319	921	4 714	76
Onderliggende winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	2 143	790	3 593	1 805

Basis-WPA, genormaliseerde WPA en onderliggende WPA

Tabel 11. Winst per aandeel (USD)

	2Q19	2Q20	HY19	HY20
	Geherformuleerd		Geherformuleerd	
Basis-WPA	1,25	0,18	3,06	- 0,95
Eenmalige opbrengsten en kosten, voor belastingen	0,03	1,38	0,05	1,40
Eenmalige financiële (opbrengsten)/kosten, voor belastingen	- 0,04	- 0,09	- 0,61	0,70
Eenmalige belastingen	- 0,01	- 0,02	-	- 0,05
Eenmalige minderheidsbelangen	- 0,01	- 0,02	- 0,01	- 0,02
Resultaten van stopgezette activiteiten (inclusief eenmalige resultaten)	- 0,06	- 0,97	- 0,12	- 1,03
Genormaliseerde WPA	1,17	0,46	2,38	0,04
Onderliggende WPA	1,08	0,40	1,81	0,90

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

	2Q19	2Q20	HY19	HY20
	Geherformuleerd		Geherformuleerd	
Genormaliseerde EBIT exclusief hyperinflatie	2,28	1,16	4,15	2,58
Hyperinflatie impact op genormaliseerde EBIT	-	- 0,01	- 0,02	- 0,02
Genormaliseerde EBIT	2,28	1,15	4,13	2,56
Aanpassing aan marktwaarde (afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's)	0,09	0,07	0,57	- 0,86
Netto financiële kosten	- 0,59	- 0,59	- 1,26	- 1,24
Belastingen	- 0,46	- 0,11	- 0,79	- 0,30
Geassocieerde deelnemingen & minderheidsbelangen	- 0,14	- 0,06	- 0,27	- 0,11
Genormaliseerde WPA	1,17	0,46	2,38	0,04
Aanpassing aan marktwaarde (afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's)	- 0,09	- 0,07	- 0,57	0,86
Hyperinflatie impact op WPA	-	-	-	-
Onderliggende WPA	1,08	0,40	1,81	0,90

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, waarin we verslag uitbrachten over de impact van de hyperinflatie voor de eerste negen maanden van 2018, de Argentijnse resultaten met de boekhoudkundige correcties voor hyperinflatie.

Hyperinflatie had de volgende impact op onze opbrengsten en genormaliseerde EBITDA in 2Q19 en 2Q20 en in HY19 en HY20:

Tabel 13. Hyperinflatie impact (miljoen USD)				
Opbrengsten	2Q19	2Q20	HY19	HY20
Indexering ⁽¹⁾	45	20	59	27
Slotkoers ⁽²⁾	13	- 44	- 38	- 80
Totale impact	59	- 24	21	- 53
Genormaliseerde EBITDA	2Q19	2Q20	HY19	HY20
Indexering ⁽¹⁾	20	8	24	8
Valuta-effect ⁽²⁾	12	- 12	- 16	- 21
Totale impact	33	- 4	9	- 13
USDARS gemiddelde koers			40,2779	62,6012
USDARS slotkoers			42,4489	70,4550

(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 (d.w.z. de slotkoers op 30 juni 2020 en 2019 voor de resultaten van respectievelijk HY20 en HY19).

De resultaten voor 2Q worden berekend door de gepubliceerde resultaten voor de periode van drie maanden af te trekken van de halfjaarlijkse resultaten. Bijgevolg worden de resultaten in Zuid-Amerika voor 2Q20 op de volgende manier negatief beïnvloed door de herformulering van de resultaten voor de periode van drie maanden:

Zuid Amerika 1Q20 zoals gerapporteerd ⁽¹⁾	1Q19	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	1Q20
Opbrengsten	2 618	-	- 392	- 41	2 185
Kostprijs verkochte goederen	-1 039	-	173	- 101	- 967
Brutowinst	1 579	-	- 219	- 142	1 218
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	- 734	-	121	- 80	- 693
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	61	-	- 6	- 17	38
Genormaliseerde EBIT	907	-	- 104	- 239	563
Genormaliseerde EBITDA	1 137	-	- 142	- 215	780

Zuid Amerika 1Q20 geher- formuleerd voor HY20 koersen ⁽²⁾	1Q19	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	1Q20
Opbrengsten	2 661	-	- 444	- 44	2 173
Kostprijs verkochte goederen	-1 047	-	194	- 108	- 962
Brutowinst	1 614	-	- 250	- 152	1 212
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	- 745	-	134	- 79	- 690
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	59	-	- 5	- 16	37
Genormaliseerde EBIT	927	-	- 121	- 247	559
Genormaliseerde EBITDA	1 160	-	- 163	- 223	774

Impact van 1Q20 vertaling in 2Q20 resultaten ⁽³⁾	1Q19	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	1Q20
Opbrengsten	43	-	- 52	- 3	- 12
Kostprijs verkochte goederen	- 8	-	21	- 7	5
Brutowinst	35	-	- 31	- 10	- 6
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	- 11	-	13	1	3
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	- 2	-	1	1	- 1
Genormaliseerde EBIT	20	-	- 17	- 8	- 4
Genormaliseerde EBITDA	23	-	- 21	- 8	- 6

(1) Zuid Amerika 1Q resultaten met de Argentijnse resultaten gerapporteerd in Argentijnse peso (ARS) geherformuleerd voor de koopkracht van maart geconverteerd aan de 1Q wisselkoers 43.3528 voor 1Q19 en 64.4683 voor 1Q20 resultaten (zoals gerapporteerd op 07 mei 2020)

(2) Zuid Amerika 1Q resultaten met de Argentijnse resultaten gerapporteerd in ARS geherformuleerd voor de koopkracht van juni geconverteerd aan de wisselkoers op HY van 42.4489 voor HY19 en 70.4549 voor HY20 resultaten

(3) Impact van de herwaardering van de 1Q resultaten als gevolg van hyperinflatie in de 2Q resultaten is berekend als verschil tussen (2) en (1) hierboven

De herformulering van 1Q op basis van de koopkracht in juni en de slotkoers voor HY had een negatieve impact van 3 miljoen USD op de opbrengsten en 8 miljoen USD op de genormaliseerde EBITDA op de in HY20 gerapporteerde organische groei en op de gerapporteerde resultaten voor 2Q20. Binnen het kader van de rapportage van de resultaten voor 2Q20 worden deze factoren niet meegenomen in de organische berekening maar afzonderlijk vermeld in de annexes bij de resultaten voor 2Q20 in de kolom "geherformuleerd voor hyperinflatie". Bij het berekenen van de organische groeipercentages voor 2Q20 wordt gekeken naar de in de bijlagen vermelde 'organische groei' bovenop de geherformuleerde basis voor 2Q19 die aangepast werd op basis van de herformulering van de resultaten van 1Q19.

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 HY20 hebben we een monetaire correctie van 30 miljoen USD onder financiële kosten gerapporteerd, evenals een negatieve impact op de winst toerekenbaar aan de houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev van 5 miljoen USD. Dit had geen impact op de genormaliseerde WPA in 2Q20 of HY20.

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)

	2Q19	2Q20	HY19	HY20
	Geherformuleerd		Geherformuleerd	
Winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	2 484	351	6 055	-1 900
Minderheidsbelangen	276	102	587	211
Winst	2 760	452	6 642	-1 688
Resultaten van stopgezette activiteiten (inclusief eenmalige resultaten)	- 115	-1 930	- 236	-2 055
Winst van stopgezette activiteiten	2 645	-1 478	6 406	-3 744
Belastingen	894	174	1 565	492
Aandeel in het resultaat van geassocieerde ondernemingen	- 9	- 20	- 62	- 33
Netto financiële (opbrengsten)/kosten	1 004	1 044	1 370	4 204
Eenmalige netto financiële (opbrengsten)/kosten	- 79	- 174	-1 201	1 388
Eenmalige (opbrengsten)/kosten boven EBIT	58	2 751	103	2 796
Genormaliseerde EBIT	4 513	2 297	8 180	5 102
Afschrijvingen en bijzondere waardeverminderingen	1 132	1 117	2 265	2 261
Genormaliseerde EBITDA	5 644	3 414	10 446	7 363

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 stopgezette 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)

	HY19	HY20
	Geherformuleerd	
Operationele activiteiten		
Winst van de periode	6 406	-3 744
Interesten, belastingen en niet-kaselementen opgenomen in de winst	3 979	11 164
Bedrijfskasstroom vóór wijziging in bedrijfskapitaal en gebruik van voorzieningen	10 385	7 420
Verandering in bedrijfskapitaal	-1 531	-2 700
Pensioenbijdragen en gebruik van voorzieningen	- 279	- 327
(Betaalde)/ontvangen interesten en belastingen	-4 129	-3 388
Ontvangen dividenden	137	30
Kasstroom uit de stopgezette bedrijfsactiviteiten van Australië	314	84
Netto kasstroom uit operationele activiteiten	4 897	1 119
Investeringsactiviteiten		
Netto-investeringsuitgaven	-1 488	-1 524
Verwerving en verkoop van dochterondernemingen, na aftrek van verworven/afgestane liquide middelen	- 245	- 204
Netto ontvangsten uit de verkoop/(verwerving) van andere activa	- 6	- 30
Netto ontvangsten uit de verkoop van Australische bedrijfstak (stopgezette bedrijfsactiviteiten)	-	10 838
Kasstroom uit de stopgezette bedrijfsactiviteiten van Australië	- 16	- 13
Netto kasstroom uit investeringsactiviteiten	-1 755	9 067
Financieringsactiviteiten		
Uitgekeerde dividenden	-2 389	-1 219
Netto (terugbetalingen)/opnames van leningen	1 410	10 194
Leasebetalingen	- 225	- 280
Overige (onder meer aankoop van minderheidsbelangen)	- 781	- 457
Kasstroom uit de stopgezette bedrijfsactiviteiten van Australië	- 13	- 6
Netto kasstroom uit financieringsactiviteiten	-1 998	8 231
Netto toename/(afname) van liquide middelen	1 144	18 416

In HY20 was er een stijging van de liquide middelen met 18 416 miljoen USD vergeleken met een stijging met 1 144 miljoen USD in HY19, met de volgende verschuivingen:

- Onze kasstroom uit operationele activiteiten bedroeg 1 119 miljoen USD in de eerste helft van 2020 vergeleken met 4 897 miljoen USD in de eerste helft van 2019. Deze daling is hoofdzakelijk het gevolg van de negatieve impact op onze resultaten en het gedaalde schuldenniveau tegen eind juni 2020 in vergelijking met het vorige jaar als gevolg van de COVID-19-pandemie.
- De netto inkomende kasstroom uit investeringsactiviteiten bedroeg 9 067 miljoen USD in de eerste helft van 2020 vergeleken met een uitgaande kasstroom ten bedrage van 1 755 miljoen USD in de eerste helft van 2019. De stijging in de kasstroom uit investeringsactiviteiten was hoofdzakelijk het gevolg van de 10 838 miljoen USD opbrengsten uit de verkoop van de Australische activiteiten.
- Onze inkomende kasstroom uit financieringsactiviteiten bedroeg 8 231 miljoen USD in de eerste helft van 2020 vergeleken met een uitgaande kasstroom ten bedrage van 1 998 miljoen USD in de eerste helft van 2019. In maart 2020 heeft het bedrijf het volledige bedrag van 9,0 miljard USD krachtens de Senior Facilities Agreement van 2010 opgenomen en op 30 juni 2020 werd het bedrag volledig terugbetaald. Daarenboven hebben Anheuser-Busch InBev NV/SA en Anheuser-Busch InBev Worldwide Inc. op 2 april 2020 en 3 april 2020 de uitgifte van reeksen obligaties in EUR en USD voor een totaal bedrag van ongeveer 11,0 miljard USD voltooid.

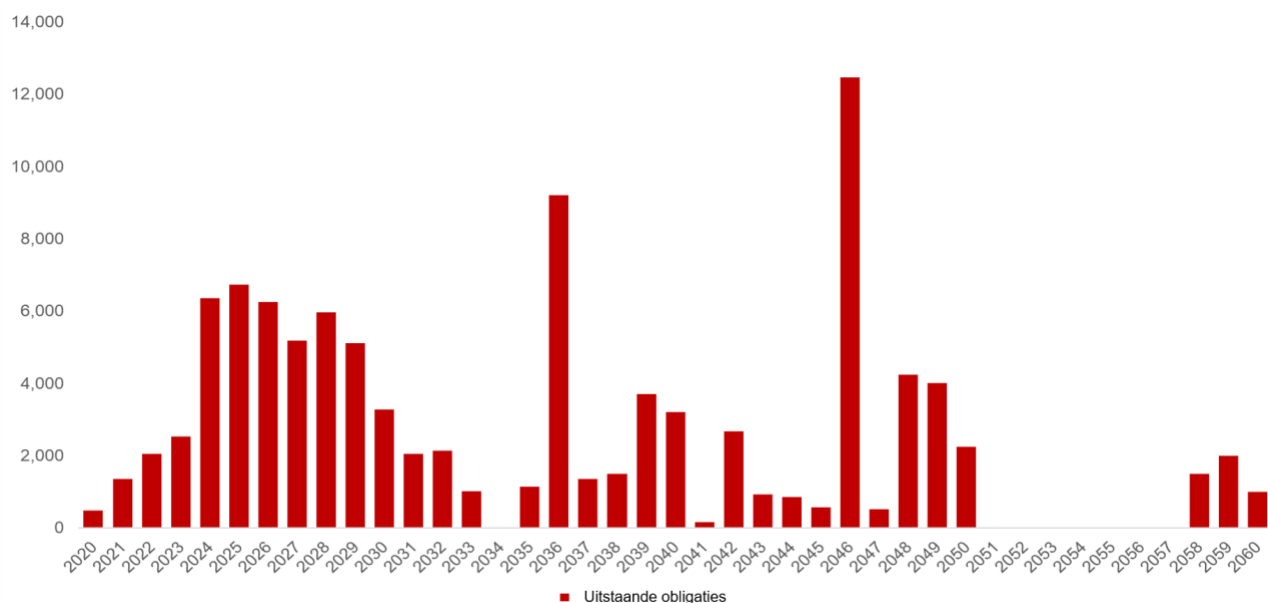
We zullen blijven inzetten op proactief beheer van onze schuldportefeuille, die voor 95% uit schulden aan een vaste rentevoet bestaat. 36% van onze schuld is uitgedrukt in andere valuta dan de US dollar, en onze schulden lopen de komende jaren op verschillende momenten af.

Op 30 juni 2020 bedraagt onze netto schuld 87,4 miljard USD. Op 30 juni 2020 was de verhouding tussen onze netto schuld en de genormaliseerde EBITDA 4,86x. Onze optimale kapitaalstructuur is een verhouding tussen de nettoschuld en de EBITDA van rond de 2x. We blijven ons engageren om onze schulden af te bouwen tot ongeveer dit niveau en zullen bepalen welke schulden prioritair behandeld moeten worden om deze doelstelling te halen.

Naast een heel comfortabele looptijd van de schulden en een sterke kasstroomgeneratie hadden we op 30 juni 2020 een totale liquiditeit van 34,1 miljard USD, bestaande uit 9,0 miljard USD aan vastgelegde kredietfaciliteiten op lange termijn en 25,1 miljard USD aan kasmiddelen, kasequivalenten en kortetermijninvesteringen in schuldinstrumenten min kortetermijnschulden bij kredietinstellingen. Hoewel we dergelijke bedragen kunnen lenen om aan onze liquiditeitsnoden te voldoen, doen we hoofdzakelijk een beroep op kasstromen uit operationele activiteiten om onze doorlopende activiteiten te financieren.

In juli 2020 voltooiden we de terugkoopbiedingen voor zeven reeksen obligaties en kochten we voor een totale hoofdsom van ongeveer 3,0 miljard USD van deze obligaties terug. Bovendien stelden we de obligatiehouders ervan in kennis dat we onze optie om de uitstaande hoofdsom van vijf reeksen obligaties terug te betalen, voor een bedrag van ongeveer 1,7 miljard USD, in juli en augustus 2020 zouden uitoefenen.

Tabel 16. Schema voor pro forma* terugbetaling van obligaties op 30 juni 2020 (miljoen USD)



* Pro forma voor aangekondigde terugbetaling van obligaties die na 30 juni 2020 vervallen

RECENTE GEBEURTENISSEN

Terugkoopbiedingen

Op 7 juli 2020 voltooiden we de terugkoopbiedingen voor zeven reeksen obligaties uitgegeven door Anheuser-Busch InBev NV/SA (ABISA) en Anheuser-Busch InBev Finance Inc. (ABIFI) en kochten we voor een totale hoofdsom van ongeveer 3,0 miljard USD van deze obligaties terug. De totaal aanvaarde hoofdsom in de terugkoopbiedingen is de volgende:

Datum van terugbetaling	Emittent (verkort)	Titel van reeks uitgegeven obligaties uitgewisseld	Munteenheid	Originele uitstaande hoofdsom (in miljoen)	Terugbetaalde hoofdsom (in miljoen)	Niet terugbetaalde hoofdsom (in miljoen)
7 juli 2020	ABISA	4,000% obligaties met vervaldag in 2021	EUR	750	231	519
7 juli 2020	ABISA	1,950% obligaties met vervaldag in 2021	EUR	650	123	527
7 juli 2020	ABISA	0,875% obligaties met vervaldag in 2022	EUR	2 000	356	1 644
7 juli 2020	ABISA	0,800% obligaties met vervaldag in 2023	EUR	1 000	356	644
7 juli 2020	ABIFI	Obligaties met variabele rentevoet met vervaldag in 2021	USD	311	129	182
7 juli 2020	ABIFI	2,625% obligaties met vervaldag in 2023	USD	643	167	476
7 juli 2020	ABIFI	3,300% obligaties met vervaldag in 2023	USD	2 799	1 467	1 332

Terugbetaling van obligaties

Op 13 juli 2020 kondigden we aan dat onze volledige dochtervennootschappen Anheuser-Busch InBev Worldwide Inc (ABIWW), Anheuser-Busch InBev Finance Inc. (ABIFI) en Anheuser-Busch North American Holding Corporation (ABNA) hun optie tot terugbetaling van de in onderstaande tabel vermelde uitstaande reeks obligaties uitoefenden.

Datum van terugbetaling	Emittent (verkort)	Titel van reeks uitgegeven obligaties uitgewisseld	Munteenheid	Originele uitstaande hoofdsom (in miljoen)	Terugbetaalde hoofdsom (in miljoen)
12 augustus 2020	ABIWW	2,500% obligaties met vervaldag in 2022	USD	454	454
12 augustus 2020	ABIWW	4,375% obligaties met vervaldag in 2021	USD	285	285
29 juli 2020	ABIWW	3,250% obligaties met vervaldag in 2022	AUD	550	550
12 augustus 2020	ABIFI	3,375% obligaties met vervaldag in 2023	CAD	600	600
12 augustus 2020	ABNA	3,750% obligaties met vervaldag in 2022	USD	150	150

RISICOFACTOREN IN VERBAND MET COVID-19

De volgende risicofactoren vormen een aanvulling op de risicofactoren die reeds vermeld werden in periodieke verslagen, waaronder ons Jaarverslag 2019 op formulier 20-F ("Form 20-F"), dat ingediend werd bij de US Securities and Exchange Commission ("SEC") op 24 maart 2020.

Onze activiteiten, financiële toestand, kasstromen en bedrijfsresultaten zijn negatief beïnvloed door de COVID-19-pandemie en dat zal misschien zo blijven. De volksgezondheids crisis die de COVID-19-pandemie teweegbracht en de maatregelen die zijn genomen om de pandemie te beheersen of te beperken, hebben onder andere de volgende negatieve gevolgen gehad voor ons bedrijf, die naar verwachting zullen blijven duren:

- We hebben gemerkt dat ons vermogen om onze productiefaciliteiten in bepaalde landen uit te baten verstoord was, en we zullen in de toekomst mogelijk nog onderbrekingen van ons vermogen om onze productiefaciliteiten uit te baten of van onze distributieactiviteiten ervaren ten gevolge van reglementaire beperkingen, veiligheidsprocedures, maatregelen inzake sociale afstand en verstrengde sanitaire maatregelen. Daarnaast kunnen zich vertragingen in de levering van essentiële benodigdheden of onderbrekingen van onze distributieactiviteiten voordoen, hoewel we tot nu toe geen materiële verstoring van de bevoorradingsketen hebben ervaren. Eventuele langdurige onderbrekingen van onze activiteiten, ons distributienetwerk of onze bevoorradingsketen of die van onze zakenpartners, of significante aanhoudende tekorten aan grondstoffen of andere benodigdheden kunnen ons vermogen aantasten om onze producten te produceren, te verdelen of te verkopen en kunnen leiden tot een stijging van onze productie- en distributiekosten.
- De verkoop van onze producten in het horecasegment is aanzienlijk getroffen door de implementatie van maatregelen voor sociale afstand en lockdown in de meeste van onze markten, met inbegrip van de sluiting van bars, clubs en restaurants evenals de beperking van sportevenementen, muziekfestivals en dergelijke. Hoewel de omzet in het horecasegment is gestegen na de versoepeling van de maatregelen voor sociale afstand en lockdown in veel van deze markten, is het mogelijk dat deze stijging deels zal worden tenietgedaan door de herinvoering van beperkingen in bepaalde markten, zoals bijvoorbeeld de beperkingen die in juli werden opgelegd in Zuid-Afrika. Een uitbraak of heropflakking van de COVID-19 epidemie in andere markten, waar momenteel de maatregelen inzake sociale afstand en lockdown worden versoepeld, kan eveneens leiden tot de herinvoering van deze maatregelen en onze verkoop negatief beïnvloeden. Indien de COVID-19-pandemie verhevigt en zich geografisch of in de tijd uitbreidt, kunnen de negatieve gevolgen voor onze verkoop bovendien blijven aanhouden en verergeren. Hoewel we sinds de uitbraak in sommige markten een toename van de verkoop in het thuisverbruiksegment hebben gezien, zullen dergelijke hogere volumes zich mogelijk niet voortzetten op langere termijn en de druk die we ervaren in het horecasegment misschien niet tenietdoen.
- In heel wat rechtsgebieden waar we actief zijn, is de consumptie van bier en andere alcoholische en niet-alcoholische dranken nauw verbonden met de algemene economische omstandigheden, waarbij het consumptieniveau meestal stijgt in periodes van toenemend inkomen per hoofd van de bevolking en daalt in periodes van afnemend inkomen per hoofd van de bevolking. De vraag naar onze producten kan nog afnemen ten gevolge van een verslechtering van de economische en politieke omstandigheden in onze belangrijkste markten die door de COVID-19-pandemie getroffen zijn, bijvoorbeeld in geval van stijgende werkloosheid, een daling van het beschikbaar inkomen, afnemend consumentenvertrouwen en een economische stagnatie of recessie. Zelfs als de door de overheid opgelegde beperkingen worden opgeheven en de economische activiteiten in vele van onze belangrijke markten hernemen, is het mogelijk dat de gevolgen van de COVID-19-pandemie voor de economie en de ermee verbonden problematiek rond de volksgezondheid een blijvende invloed zullen hebben op het consumentengedrag, het uitgavenniveau en de consumentenvoorkeuren.
- De impact van de COVID-19-pandemie op de wereldwijde economische situatie tast de werking van de financiële en kapitaalmarkt aan en beïnvloedt de wisselkoersen, de grondstof- en energieprijzen en de rentevoeten, en dat kan in de toekomst het geval blijven. Een voortdurende of verslechtering van de graad van marktverstoring en -volatiliteit zoals we deze hebben gekend in het recente verleden zou een ongunstig effect kunnen hebben op ons vermogen om toegang te hebben tot kapitaal of leningen

of op de daarmee verbonden kosten, op onze activiteiten en liquiditeit, op de verhouding tussen onze nettoschuld en onze EBITDA, en op onze kredietrating, bedrijfsresultaten en financiële toestand.

- *De naleving van de overheidsmaatregelen die zijn opgelegd naar aanleiding van de COVID-19-pandemie brengt extra kosten met zich mee en zal dat waarschijnlijk blijven doen. Indien we deze maatregelen niet naleven, kunnen we beperkingen op het vlak van onze bedrijfsactiviteiten en boetes of andere sancties ondergaan, hetgeen ons bedrijf negatief kan beïnvloeden. Daarnaast kunnen de reacties op de COVID-19-pandemie tot veranderingen op korte en lange termijn leiden in het fiscale en belastingbeleid van de getroffen rechtsgebieden, zoals een verhoging van de belastingtarieven.*

Alle negatieve gevolgen van de COVID-19-pandemie, met inbegrip van diegene die hierboven zijn beschreven, kunnen op zichzelf of in combinatie met andere een aanzienlijk negatief effect hebben op onze bedrijfsresultaten, financiële toestand en kasstromen. De mate waarin de COVID-19-pandemie een negatief effect zal hebben op onze activiteiten, financiële toestand, kasstromen en bedrijfsresultaten zal afhangen van erg onzekere en onvoorspelbare toekomstige ontwikkelingen, zoals de omvang en duur van de pandemie en de acties die overheidsinstanties en andere derden naar aanleiding van de pandemie nemen.

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. AB InBev heeft haar resultaten van 2019 geherformuleerd 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 2Q19 en HY19" genoemd. Bijgevolg houden alle presentaties van AB InBevs onderliggende resultaten en organische groeicijfers geen rekening met de resultaten van de Australische activiteiten. Alle verwijzingen per hectoliter (per hl) zijn exclusief de Amerikaanse niet-bieractiviteiten. Om het effect van de geografische mix, d.i. de impact van de sterkere volumegroei in landen met lagere opbrengsten per hectoliter en een lagere Kostprijs Verkochte Goederen per hectoliter, te elimineren, tonen we, waar aangegeven, ook de organische groeicijfers per hectoliter bij een constante geografische basis. Wanneer we ramingen maken bij een constante geografische basis, gaan we ervan uit dat elk land waar we actief zijn goed is voor hetzelfde percentage van ons wereldwijde volume als in dezelfde periode van het voorgaande jaar. Verwijzingen naar de High End Company betreffen een business unit met een portefeuille van wereldwijde merken, ambachtelijke merken en merken van speciaalbieren in meer dan 30 landen. Telkens wanneer er in dit document sprake is van prestatie-indicatoren (EBITDA, EBIT, winst, belastingvoet, winst per aandeel), worden zij gerapporteerd op een 'genormaliseerde' basis, wat betekent dat ze gerapporteerd worden vóór eenmalige elementen en beëindigde 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. De optelling van cijfers in de tabellen en bijlagen kan soms leiden tot afrondingsverschillen. De winst per aandeel voor 2Q20 en HY20 is gebaseerd op een gewogen gemiddelde van 1 995 miljoen aandelen, vergeleken met een gewogen gemiddelde van 1 980 miljoen aandelen voor 2Q19 en HY19.

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 maar niet beperkt tot de effecten van de COVID-19-pandemie en de risico's en onzekerheden met betrekking tot AB InBev die beschreven worden onder Item 3.D van AB InBevs jaarverslag op formulier 20-F ("Form 20-F"), dat ingediend werd bij de US Securities and Exchange Commission ("SEC") op 24 maart 2020. Vele van die risico's en onzekerheden worden en zullen worden verergerd door de COVID-19-pandemie en de daarmee samenhangende verslechtering van het wereldwijde economische en bedrijfsklimaat. 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 InBevs meest recente Form 20-F en andere verslagen op Form 6-K, alsook alle andere documenten die AB InBev openbaar heeft gemaakt. Alle toekomstgerichte verklaringen in dit persbericht worden volledig bepaald door deze waarschuwingen en er kan geen zekerheid worden gegeven dat de daadwerkelijke resultaten of ontwikkelingen die AB InBev anticipeert, zullen worden gerealiseerd of, zelfs indien substantieel gerealiseerd, deze de verwachte gevolgen of effecten zullen hebben op AB InBev, haar activiteiten of operaties. Tenzij zoals vereist bij wet, wijst AB InBev elke verplichting van de hand om toekomstgerichte verklaringen publiekelijk bij te werken of te herzien naar aanleiding van nieuwe informatie, toekomstige gebeurtenissen of anderszins. De in tabel 1 (met uitzondering van de volume-informatie) en tabel 3 tot 5, 7, 9, 10 en 14 van dit persbericht vermelde financiële gegevens voor het tweede kwartaal van 2020 (2Q20) en het eerste half jaar van 2020 (HY20) zijn ontleend aan de niet-geauditeerde verkorte geconsolideerde tussentijdse financiële staten van de groep op datum van en voor de periode van zes maanden eindigend op 30 juni 2020; deze gegevens werden nagezien door onze commissarissen PwC Bedrijfsrevisoren BV / PwC Réviseurs d'Entreprises SRL volgens de normen van de Public Company Accounting Oversight Board (Verenigde Staten). De financiële gegevens uit tabel 6, 8 en 11 tot 13 zijn ontleend uit de onderliggende financiële staten op datum van en voor de periode van zes maanden eindigend op 30 juni 2020 (met uitzondering van de volume-informatie).

TELEFONISCHE CONFERENTIE EN WEBCAST**Telefonische conferentie en webcast voor investeerders op donderdag 30 juli 2020:**

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

Registratiegegevens

Webcast (enkel luisteren):

[Webcast resultaten AB InBev 2Q20](#)

Telefonische conferentie (met interactieve V&A):

[Telefonische conferentie AB InBev 2Q20 \(met interactieve V&A\)](#)**CONTACTPERSONEN ANHEUSER-BUSCH INBEV****Investeerders****Lauren Abbott**

Tel: +1 212 573 9287

E-mail: lauren.abbott@ab-inbev.com**Maria Glukhova**

Tel: +32 16 276 888

E-mail: maria.glukhova@ab-inbev.com**Jency John**

Tel: +1 646 746 9673

E-mail: jency.john@ab-inbev.com**Media****Pablo Jimenez**

Tel: +1 212 573 9289

E-mail: pablo.jimenez@ab-inbev.com**Ingvild Van Lysebetten**

Tel: +32 16 276 608

E-mail: Ingvild.vanlysebetten@ab-inbev.com**Fallon Buckelew**

Tel: +1 310 592 6319

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

Over Anheuser-Busch InBev

Anheuser-Busch InBev is een beursgenoteerd bedrijf (Euronext: ABI) met hoofdzetel in Leuven, België, met secundaire noteringen op de Mexicaanse (MEXBOL: ANB) en Zuid-Afrikaanse (JSE: ANH) beurzen en met American Depositary Receipts op de New York Stock Exchange (NYSE: BUD). We koesteren de Droom om mensen samen te brengen voor een betere wereld. Bier, het oorspronkelijke sociale netwerk, brengt reeds sedert duizenden jaren mensen samen. We engageren ons om uitstekende merken te creëren die de tand des tijds doorstaan en de beste bieren te brouwen met de beste natuurlijke ingrediënten. Onze diverse portefeuille met ruim 500 biermerken omvat de wereldwijde merken Budweiser®, Corona® en Stella Artois®; 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 groeiemarkten, 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).

Annex 1								
AB InBev Wereldwijd	2Q19	Scope	Wisselkoers-	Geherformuleer	Interne	2Q20	Interne	
	Geherformul		effect	d voor	groei		groei	
	eerd			hyperinflatie				
Volumes (duizend hls)	144 316	350	-	-	-24 772	119 895	-17,1%	
waarvan AB InBev eigen bieren	128 761	261	-	-	-22 163	106 858	-17,2%	
Opbrengsten	13 599	36	- 938	- 3	-2 399	10 294	-17,7%	
Kostprijs verkochte goederen	-5 176	- 37	440	- 7	256	-4 524	4,9%	
Brutowinst	8 422	- 1	- 499	- 10	-2 143	5 770	-25,6%	
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-4 139	- 5	326	1	280	-3 536	6,8%	
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	229	- 1	- 3	1	- 163	63	-70,9%	
Genormaliseerde EBIT	4 513	- 7	- 176	- 8	-2 026	2 297	-45,0%	
Genormaliseerde EBITDA	5 644	- 3	- 298	- 8	-1 921	3 414	-34,1%	
Genormaliseerde EBITDA-marge	41,5%					33,2%		-825 bps
Noord-Amerika	2Q19	Scope	Wisselkoers-	Geherformuleer	Interne	2Q20	Interne	
	Geherformul		effect	d voor	groei		groei	
	eerd			hyperinflatie				
Volumes (duizend hls)	29 113	83	-	-	-1 602	27 594	-5,5%	
Opbrengsten	4 224	10	- 16	-	- 239	3 979	-5,7%	
Kostprijs verkochte goederen	-1 543	- 7	5	-	57	-1 488	3,7%	
Brutowinst	2 681	4	- 11	-	- 182	2 491	-6,8%	
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-1 186	- 5	6	-	113	-1 072	9,6%	
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	8	-	-	-	- 11	- 3	-146,5%	
Genormaliseerde EBIT	1 503	- 1	- 5	-	- 80	1 416	-5,3%	
Genormaliseerde EBITDA	1 698	- 1	- 6	-	- 75	1 616	-4,4%	
Genormaliseerde EBITDA-marge	40,2%					40,6%		52 bps
Midden-Amerika	2Q19	Scope	Wisselkoers-	Geherformuleer	Interne	2Q20	Interne	
	Geherformul		effect	d voor	groei		groei	
	eerd			hyperinflatie				
Volumes (duizend hls)	34 208	343	-	-	-12 630	21 921	-36,6%	
Opbrengsten	3 024	8	- 197	-	-1 171	1 664	-38,6%	
Kostprijs verkochte goederen	- 887	- 7	65	-	197	- 632	22,0%	
Brutowinst	2 137	1	- 132	-	- 974	1 032	-45,6%	
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	- 736	3	59	-	118	- 557	16,1%	
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	47	- 4	1	-	- 46	- 2	-106,7%	
Genormaliseerde EBIT	1 448	-	- 72	-	- 903	472	-62,4%	
Genormaliseerde EBITDA	1 670	-	- 97	-	- 862	712	-51,6%	
Genormaliseerde EBITDA-marge	55,2%					42,8%		-1163 bps
Zuid Amerika	2Q19	Scope	Wisselkoers-	Geherformuleer	Interne	2Q20	Interne	
	Geherformul		effect	d voor	groei		groei	
	eerd			hyperinflatie				
Volumes (duizend hls)	30 588	15	-	-	-2 080	28 523	-6,8%	
Opbrengsten	2 152	1	- 570	- 3	- 151	1 428	-7,2%	
Kostprijs verkochte goederen	- 890	-	283	- 7	- 146	- 760	-16,5%	
Brutowinst	1 262	1	- 287	- 10	- 297	669	-24,2%	
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	- 693	- 2	196	1	- 15	- 512	-2,2%	
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	38	-	- 3	1	- 21	16	-50,1%	
Genormaliseerde EBIT	607	-	- 93	- 8	- 333	172	-56,8%	
Genormaliseerde EBITDA	839	-	- 165	- 8	- 299	366	-36,7%	
Genormaliseerde EBITDA-marge	39,0%					25,6%		-1199 bps

EMEA	2Q19 Geherformuleerd	Scope	Wisselkoers-effect	Geherformuleerd voor hyperinflatie	Interne groei	2Q20	Interne groei
Volumes (duizend hls)	22 067	- 30	-	-	-6 573	15 464	-29,8%
Opbrengsten	2 112	- 2	- 77	-	- 603	1 429	-28,6%
Kostprijs verkochte goederen	- 909	1	50	-	70	- 788	7,7%
Brutowinst	1 202	- 1	- 27	-	- 533	641	-44,4%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	- 711	-	39	-	30	- 642	4,2%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	55	-	-	-	- 44	11	-80,1%
Genormaliseerde EBIT	547	-	11	-	- 548	10	-100,2%
Genormaliseerde EBITDA	803	-	- 6	-	- 546	251	-68,0%
Genormaliseerde EBITDA-marge	38,0%					17,5%	-2100 bps

Azië	2Q19 Geherformuleerd	Scope	Wisselkoers-effect	Geherformuleerd voor hyperinflatie	Interne groei	2Q20	Interne groei
Volumes (duizend hls)	28 085	- 50	-	-	-1 771	26 264	-6,3%
Opbrengsten	1 903	15	- 74	-	- 192	1 653	-10,0%
Kostprijs verkochte goederen	- 795	4	33	-	54	- 704	6,9%
Brutowinst	1 109	19	- 41	-	- 138	949	-12,2%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	- 555	- 14	24	-	1	- 544	0,2%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	60	-	- 1	-	- 35	23	-58,9%
Genormaliseerde EBIT	613	5	- 18	-	- 172	429	-27,7%
Genormaliseerde EBITDA	762	5	- 26	-	- 158	584	-20,5%
Genormaliseerde EBITDA-marge	40,0%					35,3%	-467 bps

Globale Export en Holdingmaatschappijen	2Q19 Geherformuleerd	Scope	Wisselkoers-effect	Geherformuleerd voor hyperinflatie	Interne groei	2Q20	Interne groei
Volumes (duizend hls)	255	- 11	-	-	- 116	128	-48,4%
Opbrengsten	184	3	- 4	-	- 42	142	-23,0%
Kostprijs verkochte goederen	- 152	- 28	4	-	24	- 153	13,9%
Brutowinst	32	- 25	-	-	- 18	- 11	-174,8%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	- 258	13	2	-	33	- 210	14,1%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	21	2	-	-	- 5	18	-22,1%
Genormaliseerde EBIT	- 205	- 10	2	-	10	- 203	5,1%
Genormaliseerde EBITDA	- 127	- 7	1	-	19	- 114	15,0%

Annex 2						
AB InBev Wereldwijd	HY19	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	HY20	Interne groei
	Geherformuleerd					
Volumes (duizend hls)	276 031	615	-	-37 069	239 577	-13,4%
waarvan AB InBev eigen bieren	244 144	491	-	-34 342	210 294	-14,0%
Opbrengsten	25 823	53	-1 470	-3 108	21 298	-12,0%
Kostprijs verkochte goederen	-9 953	-68	676	249	-9 097	2,5%
Brutowinst	15 869	-15	-794	-2 859	12 201	-18,0%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-8 077	4	498	318	-7 257	4,0%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	388	-2	-11	-216	158	-56,3%
Genormaliseerde EBIT	8 180	-14	-307	-2 757	5 102	-33,6%
Genormaliseerde EBITDA	10 446	-9	-487	-2 587	7 363	-24,7%
Genormaliseerde EBITDA-marge	40,5%				34,6%	-585 bps
Noord-Amerika	HY19	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	HY20	Interne groei
	Geherformuleerd					
Volumes (duizend hls)	53 635	127	-	-1 785	51 977	-3,3%
Opbrengsten	7 701	16	-15	-167	7 536	-2,2%
Kostprijs verkochte goederen	-2 868	-11	5	32	-2 842	1,1%
Brutowinst	4 833	5	-10	-135	4 694	-2,8%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-2 197	-14	5	101	-2 104	4,6%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	20	-	-	-31	-10	-150,5%
Genormaliseerde EBIT	2 656	-9	-4	-64	2 579	-2,4%
Genormaliseerde EBITDA	3 045	-7	-5	-47	2 986	-1,5%
Genormaliseerde EBITDA-marge	39,5%				39,6%	26 bps
Midden-Amerika	HY19	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	HY20	Interne groei
	Geherformuleerd					
Volumes (duizend hls)	64 722	578	-	-13 442	51 858	-20,6%
Opbrengsten	5 735	13	-236	-1 267	4 246	-22,0%
Kostprijs verkochte goederen	-1 711	-12	79	192	-1 454	11,1%
Brutowinst	4 024	1	-157	-1 076	2 792	-26,7%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-1 483	5	68	152	-1 258	10,3%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	55	-6	-	-49	-	-100,1%
Genormaliseerde EBIT	2 595	-	-89	-972	1 535	-37,5%
Genormaliseerde EBITDA	3 036	-	-116	-899	2 021	-29,6%
Genormaliseerde EBITDA-marge	52,9%				47,6%	-512 bps
Zuid Amerika	HY19	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	HY20	Interne groei
	Geherformuleerd					
Volumes (duizend hls)	66 856	15	-	-4 088	62 782	-6,1%
Opbrengsten	4 769	1	-962	-195	3 613	-4,1%
Kostprijs verkochte goederen	-1 928	-	456	-254	-1 727	-13,2%
Brutowinst	2 841	1	-506	-450	1 886	-15,8%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-1 427	-2	317	-94	-1 205	-6,6%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	100	-	-9	-37	54	-36,8%
Genormaliseerde EBIT	1 514	-	-198	-580	736	-38,3%
Genormaliseerde EBITDA	1 976	-	-307	-522	1 146	-26,4%
Genormaliseerde EBITDA-marge	41,4%				31,7%	-964 bps

EMEA	HY19 Geherformuleerd	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	HY20	Interne groei
Volumes (duizend hls)	40 214	- 72	-	-6 591	33 551	-16,4%
Opbrengsten	3 784	- 5	- 142	- 630	3 007	-16,7%
Kostprijs verkochte goederen	-1 636	3	80	- 2	-1 555	-0,1%
Brutowinst	2 148	- 1	- 62	- 632	1 452	-29,5%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-1 358	1	63	30	-1 263	2,2%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	98	-	- 2	- 42	55	-42,6%
Genormaliseerde EBIT	887	-	-	- 644	243	-72,6%
Genormaliseerde EBITDA	1 372	-	- 27	- 631	713	-46,0%
Genormaliseerde EBITDA-marge	36,2%				23,7%	-1277 bps

Azië	HY19 Geherformuleerd	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	HY20	Interne groei
Volumes (duizend hls)	50 189	- 22	-	-11 122	39 045	-22,2%
Opbrengsten	3 514	24	- 107	- 821	2 609	-23,2%
Kostprijs verkochte goederen	-1 535	2	49	267	-1 217	17,4%
Brutowinst	1 979	26	- 58	- 554	1 393	-27,6%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-1 048	- 12	38	62	- 961	5,8%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	86	-	- 2	- 45	40	-52,0%
Genormaliseerde EBIT	1 017	13	- 22	- 537	472	-51,9%
Genormaliseerde EBITDA	1 352	13	- 34	- 549	783	-40,1%
Genormaliseerde EBITDA-marge	38,5%				30,0%	-849 bps

Globale Export en Holdingmaatschappijen	HY19 Geherformuleerd	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	HY20	Interne groei
Volumes (duizend hls)	416	- 11	-	- 41	364	-10,3%
Opbrengsten	319	4	- 8	- 28	287	-8,7%
Kostprijs verkochte goederen	- 274	- 50	7	15	- 302	4,7%
Brutowinst	45	- 46	- 1	- 13	- 15	-274,1%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	- 564	25	6	66	- 466	12,7%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	29	3	-	- 14	19	-43,9%
Genormaliseerde EBIT	- 490	- 18	5	40	- 462	8,2%
Genormaliseerde EBITDA	- 335	- 14	3	59	- 287	17,8%