

Brussel - 4 mei 2023 - 7u00 CET

 Voorkennis / gereguleerde informatie¹

AB InBev publiceert resultaten voor het eerste kwartaal van 2023

Consequente uitvoering van onze strategie zorgt voor tweecijferige groei van opbrengsten en winst

“Dit kwartaal heeft onze groei zich voortgezet, met een stijging van de opbrengsten met 13.2% dankzij een combinatie van volumegroei en een groei van de opbrengsten per hl en met een stijging van de EBITDA met 13.6%. We blijven langetermijninvesteringen doen en deze resultaten versterken ons vertrouwen in de veerkracht van de biercategorie, de doeltreffendheid van onze strategie en de kracht van ons platform om consequent rendabele groei te verwezenlijken.”

– Michel Doukeris, CEO, AB InBev

Totale opbrengsten

+13.2%

De opbrengsten stegen met 13.2%, waarbij de opbrengst per hl met 12.4% toenam.

Stijging van 15.4% in de gecombineerde opbrengsten van onze wereldwijde merken Budweiser, Stella Artois en Corona buiten hun respectievelijke thuismarkten.

Ongeveer 62% van de inkomsten gegenereerd via B2B digitale platformen, waarbij het aantal maandelijks actieve gebruikers van BEES tot 3.1 miljoen steeg.

Meer dan 100 miljoen USD aan opbrengsten via ons digitale direct-to-consumer ecosysteem.

Totaal volume

+0.9%

De totale volumes namen met 0.9% toe, met een stijging van het volume eigen bieren met 0.4% en van het volume niet-bieren met 3.6%.

Genormaliseerde EBITDA

+13.6%

De genormaliseerde EBITDA steeg met 13.6% tot 4 759 miljoen USD, waarbij de genormaliseerde EBITDA-marge steeg met 13 basispunten tot 33,5%.

Onderliggende winst

1 310 miljoen USD

De onderliggende winst (genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev, zonder de impact van hyperinflatie) bedroeg 1 310 miljoen USD in 1Q23, in vergelijking met 1 204 miljoen USD in 1Q22.

Onderliggende WPA

0.65 USD

De onderliggende WPA bedroeg 0.65 USD in 1Q23, een stijging t.o.v. 0.60 USD in 1Q22.

¹Bijgaande informatie heeft betrekking op voorkennis in de zin van Verordening (EU) nr. 596/2014 van het Europees Parlement en de Raad van 16 april 2014 betreffende marktmissbruik, evenals gereguleerde informatie zoals gedefinieerd in het Belgische Koninklijk Besluit van 14 november 2007 betreffende de verplichtingen van emittenten van financiële instrumenten die mogen worden verhandeld op een gereguleerde markt. Voor belangrijke disclaimers en meer informatie met betrekking tot de grondslag voor het opstellen van de financiële resultaten, zie pagina 14.

Opmerkingen van het management

Consequente uitvoering van onze strategie zorgt voor tweecijferige groei van opbrengsten en winst

We behaalden een opbrengstengroei van 13.2%, een combinatie van 0.9% volumegroei en een groei van 12.4% van de opbrengst per hl, onder impuls van prijszettingssacties, voortgezette premiumisering en andere initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer. De EBITDA steeg met 13.6%, terwijl de marge met 13 basispunten toenam, ondanks verwachte ongunstige grondstofprijsschommelingen en terwijl we de verkoop- en marketinginvesteringen in onze merken opdreven. De onderliggende winst per aandeel in USD nam met 8.7% toe.

Vooruitgang inzake onze strategische prioriteiten

We blijven inzetten op en investeren in de drie belangrijkste strategische pijlers om een consistente groei en waardecreatie op lange termijn mogelijk te maken.



1

Leiderschap en groei van de categorie:

Dit kwartaal boekten we een breed gedragen totale volumegroei van 0.9%, met een volume- en opbrengstengroei in respectievelijk meer dan 60% en 80% van onze markten.

2

Digitalisering en monetarisering van ons ecosysteem:

BEES was goed voor ongeveer 8.2 miljard USD aan bruto koopwaarwaarde (GMV), een stijging met 32% ten opzichte van 1Q22, waarbij 62% van onze opbrengsten werden gegenereerd via B2B digitale kanalen. BEES Marketplace is beschikbaar in 15 markten en genereerde ongeveer 1.2 miljard USD aan brutokoopwaarwaarde per jaar. Maar liefst 59% van de BEES-klanten hebben nu ook een Marketplace-gebruikersaccount.

3

Optimalisatie van onze activiteiten:

De EBITDA steeg met 13.6%, waarbij de marge met 13 basispunten toenam, mede dankzij een gedisciplineerde toewijzing van middelen en toezicht op de overheadkosten.

1

Leiderschap en groei van de categorie

We maken gebruik van vijf bewezen en schaalbare hefboomen om categorie-uitbreiding te stimuleren:

- **Inclusieve Categorie:** Door in te zetten op innovaties op het vlak van merken, verpakkingen en smaken, bleef volgens onze schattingen het gemiddelde percentage consumenten die onze merken kopen verder stijgen. Deze stijging was vooral te danken aan de consumenten op onze opkomende markten.
- **Core-superioriteit:** Onze portefeuille pilsmerken kende volgens onze schattingen een lage tweecijferige opbrengstengroei en een groei van het marktaandeel in 75% van onze belangrijkste markten.
- **Gelegenheidsontwikkeling:** Onze wereldwijde portefeuille alcoholvrije bieren noteerde een opbrengstengroei van meer dan 30% dankzij Budweiser Zero in Brazilië en de VS, waar het merk in 1Q23 qua volume het meest verkochte alcoholvrije bier was, evenals de groei van Corona Cero in Canada en

Europa. Daarenboven maken onze digitale direct-to-consumer producten het mogelijk een dieper inzicht in het consumentengedrag te verwerven, hetgeen op zijn beurt leidt tot de ontwikkeling van nieuwe consumptiegelegenheden, zoals bijvoorbeeld de Brahma Soccer Wednesdays en de Corona Sunsets.

- **Premiumisering:** Onze portefeuille Above Core-merken kende een opbrengstengroei van ongeveer 15% onder impuls van de voortgezette tweecijferige groei van Michelob ULTRA in de VS en Mexico en de tweecijferige groei van Original en Spaten in Brazilië. Onze wereldwijde merken noteerden een opbrengstengroei van 15.4% buiten hun thuismarkten onder impuls van de groei met 17.8% van Budweiser, mede dankzij de terugkerende vraag in China en de verdere groei in India. Stella Artois en Corona kenden een groei van respectievelijk 13.3% en 11.9%.
- **Niet-bieren:** Onze wereldwijde niet-bieractiviteiten genereerden meer dan 325 miljoen USD aan inkomsten en kenden een lage eencijferige groei, waarbij de wereldwijde groei gedeeltelijk teniet werd gedaan door de zwakke resultaten van seltzer op basis van mout in de VS. In Brazilië zwenelde Beats met succes de vraag aan tijdens carnaval, dat voor het eerst opnieuw werd georganiseerd, en zorgde voor een opbrengstengroei van meer dan 75%. Binnen het segment van de kant-en-klare sterke dranken stegen de opbrengsten van Cutwater en NÜTRL vodka seltzer in de VS samen met ruim 50%.

2 Digitalisering en monetaarisering van ons ecosysteem

- **Digitalisering van onze relatie met onze ruim 6 miljoen klanten wereldwijd:** Sinds 31 maart 2023 is BEES beschikbaar op 20 markten, waarbij in 1Q23 ongeveer 62% van de inkomsten via B2B digitale platformen werd gegenereerd. In 1Q23 bereikte BEES 3.1 miljoen maandelijks actieve gebruikers en bracht ongeveer 8.2 miljard USD aan bruto koopwaarwaarde (GMV) op, een toename met respectievelijk 16% en 32% tegenover 1Q22. BEES Marketplace is nu beschikbaar op 15 markten. 59% van de BEES-klanten heeft nu ook een BEES Marketplace-gebruikersaccount. Marketplace was goed voor ongeveer 295 miljoen USD aan GMV uit de verkoop van producten van derden, een groei van 34% in vergelijking met 1Q22.
- **Leiderspositie op het vlak van DTC-oplossingen:** Ons omnichannel direct-to-consumer (DTC) ecosysteem voor digitale en fysieke DTC-producten genereerde ruim 330 miljoen USD aan opbrengsten, wat een hoge eencijferige groei is ten opzichte van 1Q22. Onze digitale DTC producten Zé Delivery, TaDa en PerfectDraft zijn nu beschikbaar op 20 markten en brachten meer dan 100 miljoen USD aan opbrengsten op, een lage tweecijferige groei in vergelijking met 1Q22.

3 Optimalisatie van onze activiteiten

De EBITDA steeg met 13.6%, waarbij de marge met 13 basispunten toenam, mede dankzij een gedisciplineerde toewijzing van middelen en toezicht op de overheadkosten. Het gewogen gemiddelde van de coupon op onze obligaties vóór belastingen van ongeveer 4% blijft heel haalbaar, waarbij 95% van onze obligaties vastrentend is. Dankzij onze voortgezette schuldafbouw en de sterke vrije-kasstroomgeneratie werd onze kredietrating onlangs verhoogd van Baa1 naar A3 door Moody's en van BBB+ naar A- door S&P.

Verwezenlijking van onze duurzaamheidsprioriteiten

We blijven onze duurzaamheidsagenda verwezenlijken om onze commerciële visie waar te maken en de doelstellingen van ons bedrijf te realiseren. Samenwerking is essentieel voor een duurzame toekomst. Dit kwartaal werden we door CDP uitgeroepen tot Leider op het vlak van Leveranciersengagement voor 2022 als erkenning van de acties die we ondernemen om bij te dragen tot decarbonisatie in onze hele toeleveringsketen.

Op een toekomst met meer momenten om te vieren

Door onze hefboomen voor categorie-uitbreiding consequent te implementeren, blijven we de biercategorie leiden en doen groeien, wat resulteerde in een algemene volume- en opbrengstengroei op al onze markten. Het digitaliseren en monetaariseren van ons ecosysteem brengt ons dichterbij onze klanten en consumenten, en we blijven onze activiteiten optimaliseren met een onophoudelijke focus op een gedisciplineerde toewijzing van middelen en dagdagelijkse efficiëntie.

We doen langetermijninvesteringen en blijven ons platform verder ontwikkelen voor een consequente rendabele groei. Dankzij onze toonaangevende portefeuille aan merken in alle prijspunten, een geprivilegieerde geografische voetafdruk en onze versnelde digitale transformatie zijn we uitstekend geplaatst om waarde te creëren voor onze stakeholders en ons doel te verwezenlijken om aan een toekomst te bouwen met meer momenten om te vieren.

Vooruitzichten voor 2023

- (i) **Algemeen resultaat:** We verwachten dat onze EBITDA overeenkomstig de vooruitzichten op middellange termijn een groei zal kennen van 4 à 8% en dat onze opbrengsten sneller zullen stijgen dan de EBITDA dankzij een gezond evenwicht tussen volume en prijs. De vooruitzichten voor FY23 weerspiegelen onze huidige beoordeling van de inflatie en andere macro-economische omstandigheden.
- (ii) **Netto financiële kosten:** We verwachten dat de netto-interestkosten voor pensioenen en de periodotoerekeningskosten tussen 200 en 230 miljoen USD per kwartaal zullen bedragen, afhankelijk van de valuta- en renteschommelingen. We schatten dat de gemiddelde coupon op de brutoschuld in FY23 ongeveer 4% zal bedragen.
- (iii) **Effectieve aanslagvoet (EAV):** We verwachten dat de genormaliseerde EAV voor FY23 tussen 27 en 29% zal liggen. De vooruitzichten met betrekking tot de EAV houden geen rekening met de impact van potentiële toekomstige wetswijzigingen.
- (iv) **Netto-investeringsuitgaven:** We verwachten dat de netto-investeringsuitgaven tussen 4.5 en 5.0 miljard USD zullen bedragen in FY23.

Tabel 1. Geconsolideerde resultaten (miljoen USD)

	1Q22	1Q23	Interne groei
Volumes (duizend hls)	139 344	140 548	0.9%
AB InBev eigen bieren	120 585	121 060	0.4%
Niet-biervolumes	17 945	18 587	3.6%
Producten van derden	815	901	12.0%
Opbrengsten	13 235	14 213	13.2%
Brutowinst	7 246	7 696	12.4%
Brutomarge	54.8%	54.1%	-35 bps
Genormaliseerde EBITDA	4 486	4 759	13.6%
Genormaliseerde EBITDA-marge	33.9%	33.5%	13 bps
Genormaliseerde EBIT	3 294	3 503	14.9%
Genormaliseerde EBIT-marge	24.9%	24.6%	39 bps
Winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten	95	1 639	
Onderliggende winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten	1 204	1 310	
Winst per aandeel (USD)	0.05	0.81	
Onderliggende winst per aandeel (USD)	0.60	0.65	

Tabel 2. Volumes (duizend hls)

	1Q22	Scope	Interne groei	1Q23	Interne groei	
					Volumes	Eigen bieren
Noord-Amerika	24 087	16	-250	23 853	-1.0%	-1.1%
Midden-Amerika	34 249	-	23	34 271	0.1%	-0.5%
Zuid-Amerika	40 394	-7	-101	40 286	-0.2%	-1.8%
EMEA	20 124	43	-210	19 958	-1.0%	-1.5%
Azië-Pacific	20 288	-	1 826	22 114	9.0%	8.8%
Globale Export en Holdingmaatschappijen	202	-52	-84	66	-55.7%	-56.5%
AB InBev Wereldwijd	139 344	-	1 204	140 548	0.9%	0.4%

Prestaties op de belangrijkste markten

Verenigde Staten: Verdere opbrengstengroei met stabiele EBITDA, ondanks de hogere kostomgeving

- **Bedrijfsresultaten:** De opbrengsten stegen met 4.0% en de opbrengst per hl met 5.6% onder impuls van initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer en aanhoudende premiumisering. De verkoop aan groothandelaars (VAG) daalde met 1.6% en de verkoop aan kleinhandelaars (VAK) daalde met 3.0%, wat naar schatting lager is dan de sector. De EBITDA bleef stabiel.
- **Commerciële hoogtepunten:** De prestaties van de bierindustrie verbeterden in 1Q23 en gaven blijk van veerkracht, zelfs in de context van een omgeving die nog altijd sterk onderhevig is aan inflatie. We blijven onze commerciële strategie uitvoeren, waarbij het aandeel van onze Above Core-biermerken en onze niet-biermerken in onze opbrengsten stijgt. Onze Above Core-bierportefeuille bleef marktaandeel winnen in het segment, met een lage eencijferige volumegroei. Bij onze niet-biermerken kende onze portefeuille kant-en-klare sterke dranken een sterke tweecijferige volumegroei.

Mexico: Dubbelcijferige groei van opbrengsten en winst

- **Bedrijfsresultaten:** De opbrengstengroei bedroeg circa 15%, met een lage tweecijferige groei van de opbrengst per hl, dankzij prijszettingssacties en andere initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer. De volumes kenden een lage eencijferige groei, een snellere groei dan de sector, dankzij de gefaseerde impact van een vroeger Paasfeest. De EBITDA kende een lage tweecijferige groei.
- **Commerciële hoogtepunten:** We kenden een algemene volumegroei in alle prijssegmenten dankzij de verdere ontwikkeling van de portefeuille en de digitale transformatie. Onze Above Core-merken, in het bijzonder Michelob ULTRA en Modelo, zijn opnieuw de motor achter onze lage tweecijferige volumegroei. We zetten onze digitale en fysieke DTC-initiatieven verder met ons digitale DTC-platform TaDa, dat nu actief is in meer dan 50 steden en maandelijks gemiddeld meer dan 300 000 bestellingen verwerkt, en de verdere uitbreiding van ons Modelorama-netwerk naar meer dan 10 000 winkels.

Colombia: Aanhoudende groei van opbrengsten en aandeel van alcoholmarkt ondanks inflatiedruk, die de consumentenvraag beïnvloedt

- **Bedrijfsresultaten:** We noteerden een gemiddelde eencijferige opbrengstengroei, met een hoge eencijferige groei van de opbrengst per hl, dankzij prijszettingssacties en andere initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer. De volumes kenden een lage eencijferige daling, aangezien de algemene vraag beïnvloed werd door de inflatiedruk. De EBITDA kende een lage eencijferige daling, hoofdzakelijk ten gevolge van verwachte ongunstige grondstofprijsschommelingen en hogere distributiekosten.
- **Commerciële hoogtepunten:** We blijven investeren in onze hefbomen voor categorie-uitbreiding om de categorie verder te leiden en te doen groeien, waarbij het marktaandeel van onze bierportefeuille op de totale alcoholmarkt blijft groeien. Onze toonaangevende mainstream portefeuille is verantwoordelijk voor onze resultaten, met een gemiddelde eencijferige opbrengstengroei en bijzonder sterke resultaten van Poker, waarvan de volumes een hoge eencijferige groei kenden.

Brazilië: Dubbelcijferige groei van opbrengsten en winst met margeverbetering

- **Bedrijfsresultaten:** De opbrengsten stegen met 15.7% en de opbrengst per hl met 12.9% onder impuls van initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer en aanhoudende premiumisering. De volumes kenden een groei van 2.5%, waarbij de biervolumes met 0.9% gestegen zijn, wat een stabiel marktaandeel vertegenwoordigt, en de volumes niet-bieren met 7.3%. De EBITDA nam met 26.5% toe, waarbij de marge met 235 basispunten groeide.
- **Commerciële hoogtepunten:** Onze premium- en super premium-portefeuilles bleven het uitzonderlijk goed doen, met een volumegroei van ongeveer 35%, voornamelijk dankzij Original en Spaten. De groei van het volume niet-bieren was vooral te danken aan de prestaties van Guaraná Antarctica Zero en Pepsi Black en de uitbreiding van de beschikbare merken via het BEES-platform. BEES Marketplace bleef de partnerschappen en het gamma beschikbare producten uitbreiden en heeft nu meer dan 700 000 klanten, een stijging met 70% ten opzichte van 1Q22. Ons digitale DTC-platform, Zé Delivery, telt nu 5 miljoen maandelijks actieve gebruikers, een stijging van 9% tegenover 1Q22.

Europa: Tweecijferige opbrengstengroei en hoge eencijferige groei van de winst

- **Bedrijfsresultaten:** De opbrengsten kenden een lage tweecijferige groei, met stabiele volumes en een lage tweecijferige stijging van de opbrengsten per hl, mede dankzij prijszettingsacties, de aanhoudende vraag naar onze premiummerken en het herstel van de horeca. De EBITDA kende een hoge eencijferige groei.
- **Commerciële hoogtepunten:** We bleven onze portefeuille in Europa premiumiseren. Onze wereldwijde merken en onze super premium-portefeuille kenden een lage tweecijferige opbrengstengroei, voornamelijk dankzij Budweiser en Corona.

Zuid-Afrika: Hoge eencijferige opbrengstengroei en record qua kwartaalvolumes

- **Bedrijfsresultaten:** De opbrengsten kenden een hoge eencijferige groei met een hoge eencijferige stijging van de opbrengsten per hl en een lage eencijferige volumegroei, wat volgens onze schattingen beter is dan de sector. De EBITDA kende een lage eencijferige daling, hoofdzakelijk ten gevolge van de verwachte stijging van de grondstofkosten.
- **Commerciële hoogtepunten:** We blijven sterke resultaten behalen en braken tijdens het eerste kwartaal het record qua volumes. Deze resultaten waren vooral te danken aan Carling Black Label, het best verkochte biermerk in het land, goed voor een opbrengstengroei van meer dan 20%. Onze premium-, super premium- en niet-bierportefeuilles kenden allemaal een tweecijferige opbrengstengroei.

China: Tweecijferige groei van opbrengsten en winst dankzij een versnelde stijging van de vraag

- **Bedrijfsresultaten:** De volumes kenden een groei van 7.4%, wat volgens onze schattingen beter is dan de sector, dankzij een verbetering van het ondernemingsklimaat in de belangrijkste regio's en verkoopkanalen tijdens het kwartaal. De opbrengsten per hl stegen met 3.3% onder impuls van premiumisering en initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer, met een stijging van de totale opbrengsten met 11.0% tot gevolg. De EBITDA steeg met 13.2%.
- **Commerciële hoogtepunten:** We noteerden volumegroei in alle segmenten van onze portefeuille, mede dankzij de blijvende investeringen in onze commerciële strategie. Onze resultaten waren vooral te danken aan onze

premium- en super premiummerken, die een volumegroei van ongeveer 10% optekenden. Het BEES-platform werd versneld gelanceerd en in gebruik genomen en is nu aanwezig in meer dan 180 steden, goed voor ongeveer 40% van onze opbrengsten in maart.

Hoogtepunten van onze andere markten

- **Canada:** De opbrengstengroei bedroeg ongeveer 15%, met een hoge eencijferige groei van de opbrengst per hl, dankzij initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer en premiumisering. De volumes kenden een gemiddelde eencijferige groei, wat beter is dan de sector en deels te danken is aan een gunstige vergelijkbare basis als gevolg van de COVID-19-beperkingen die in 1Q22 werden opgelegd.
- **Peru:** We noteerden een tweecijferige opbrengstengroei met een lage tweecijferige stijging van de opbrengst per hl, voornamelijk dankzij prijszettingssacties en andere initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer. De volumes kenden een lage eencijferige groei.
- **Ecuador:** De opbrengsten kenden een hoge eencijferige groei en de volumes een lage eencijferige groei, mede dankzij een gunstige vergelijkbare basis als gevolg van de COVID-19-beperkingen die in januari van vorig jaar werden opgelegd. We blijven focussen op de uitbreiding van de biercategorie en inzetten op premiumisering, waarbij onze Above Core-merken een tweecijferige opbrengstengroei kennen.
- **Argentinië:** De opbrengsten kenden een hoge eencijferige groei op een gerapporteerde basis in USD en een groei van meer dan 100% op organische basis, dankzij initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer in een omgeving die sterk onderhevig is aan inflatie. De volumes kenden een hoge eencijferige daling, voornamelijk als gevolg van de inflatiedruk, die een impact had op de koopkracht van de consumenten.
- **Afrika met uitzondering van Zuid-Afrika:** In Nigeria noteerden onze opbrengsten een gemiddelde eencijferige daling, en de biervolumes daalden met ongeveer 20%, wat volgens onze schattingen in lijn is met de sector. De resultaten van de sector werden beïnvloed door een tijdelijk gebrek aan lokale valuta, waardoor de consumenten beperkt waren in hun mogelijkheden om goederen te kopen. Op onze andere markten noteerden de totale inkomsten een hoge eencijferige stijging onder impuls van Tanzania, Uganda en Ghana.
- **Zuid-Korea:** De volumes kenden een tweecijferige groei onder impuls van de sterke prestaties van onze lokale kampioen Cass, de verdere stijging van het marktaandeel en de voortgezette verbetering van het ondernemingsklimaat. De opbrengsten per hl kenden een lage eencijferige groei, wat leidde tot een lage tweecijferige opbrengstengroei.

Geconsolideerde Resultatenrekening

Tabel 3. Geconsolideerde resultatenrekening (miljoen USD)

	1Q22	1Q23	Interne groei
Opbrengsten	13 235	14 213	13.2%
Kostprijs verkochte goederen	-5 989	-6 517	-14.0%
Brutowinst	7 246	7 696	12.4%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-4 116	-4 344	-10.3%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	164	152	7.4%
Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór niet-onderliggende opbrengsten/(kosten)	3 294	3 503	14.9%
Niet-onderliggende opbrengsten/(kosten) boven EBIT	-96	-46	
Netto financiële opbrengsten/(kosten)	-1 192	-1 237	
Niet-onderliggende netto financiële opbrengsten/(kosten)	104	375	
Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen	55	50	
Niet-onderliggend aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen	-1 143	-	
Belastingen	-524	-597	
Winst	499	2 048	
Winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen	404	409	
Winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten	95	1 639	
Genormaliseerde EBITDA	4 486	4 759	13.6%
Onderliggende winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten	1 204	1 310	

Na de categorisering van Argentinië als een land met een cumulatief inflatiecijfer van meer dan 100% over drie jaar tijd rapporteren we de activiteiten van onze Argentijnse activiteiten sinds 2018 met de boekhoudkundige correcties voor hyperinflatie krachtens IAS 29. In Argentinië is de inflatie tijdens de laatste 12 maanden zeer snel gestegen, wat een grotere impact op de interne opbrengstengroei van AB InBev heeft dan in het verleden. Ter illustratie: met uitsluiting van alle Argentijnse activiteiten zou de interne opbrengstengroei van AB InBev in 1Q23 9.1% bedragen, tegenover de gerapporteerde 13.2%.

De geconsolideerde overige bedrijfsopbrengsten/(kosten) zijn in 1Q23 met 7.4% gestegen, voornamelijk dankzij hogere overheidssubsidies. In 1Q22 boekte Ambev 17 miljoen USD aan opbrengsten in Overige Bedrijfsopbrengsten gelieerd aan belastingverminderingen. De impact wordt weergegeven als een scope en heeft geen effect op de voorgestelde interne groeicijfers.

Niet-onderliggende opbrengsten/(kosten) boven EBIT & Niet-onderliggend aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen

Tabel 4. Niet-onderliggende opbrengsten/(kosten) boven EBIT en niet-onderliggend aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen (miljoen USD)		
	1Q22	1Q23
COVID-19 kosten	-9	-
Herstructurering	-37	-27
Verkoop van activiteiten en activa (inclusief bijzondere waardevermindervingsverliezen)	-4	-19
AB InBev Efes-gerelateerde kosten	-46	-
Niet-onderliggende impact op het bedrijfsresultaat	-96	-46
Niet-onderliggend aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen	-1 143	-

De EBIT is exclusief negatieve niet-onderliggende kosten ten bedrage van 46 miljoen USD in 1Q23.

Het niet-onderliggend aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen in 1Q22 omvat de non-cash waardevermindering van 1 143 miljoen USD die de vennootschap heeft geboekt op haar investering in AB InBev Efes.

Netto financiële opbrengsten/(kosten)

Tabel 5. Netto financiële opbrengsten/(kosten) (miljoen USD)		
	1Q22	1Q23
Netto-interestkosten	-846	-806
Netto-interestkosten voor pensioenen	-18	-21
Periode toerekeningkosten	-150	-183
Netto rente-inkomsten op Braziliaanse belastingverminderingen	48	31
Overige financiële resultaten	-225	-257
Netto financiële opbrengsten/(kosten)	-1 192	-1 237

Niet-onderliggende netto financiële opbrengsten/(kosten)

Tabel 6. Niet-onderliggende netto financiële opbrengsten/(kosten) (miljoen USD)		
	1Q22	1Q23
Aanpassing aan marktwaarde	231	375
Winst/verlies op vervroegde terugbetaling van obligaties & andere	-127	-
Niet-onderliggende netto financiële opbrengsten/(kosten)	104	375

De niet-onderliggende netto financiële kosten in 1Q23 omvatten marktwaardewinsten op afgeleide instrumenten aangegaan ter afdekking van ons op aandelen gebaseerde betalingsprogramma en 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 ons op aandelen gebaseerde betalingsprogramma, het instrument voor uitgestelde aandelen en de beperkte aandelen worden samen met de start- en slotkoers van de aandelen weergegeven in tabel 7.

Tabel 7. Niet-onderliggende uitgestelde aandelen instrumenten		
	1Q22	1Q23
Aandelenkoers per begin periode (euro per aandeel)	53.17	56.27
Aandelenkoers per einde periode (euro per aandeel)	54.26	61.33
Aantal eigenvermogensinstrumenten per einde periode (miljoen)	100.5	100.5

Belastingen

Tabel 8. Belastingen (miljoen USD)		
	1Q22	1Q23
Belastingen	524	597
Effectieve Aanslagvoet	24.8%	23.0%
Genormaliseerde Effectieve Aanslagvoet	25.6%	26.8%

De stijging van de genormaliseerde EAV in 1Q23 in vergelijking met 1Q22 houdt vooral verband met de landenmix.

Tabel 9. Onderliggende winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten (miljoen USD)		
	1Q22	1Q23
Winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten	95	1 639
Netto-impact van niet-onderliggende opbrengsten/(kosten) op de winst	1 119	-342
Hyperinflatie impact op onderliggende winst	- 11	13
Onderliggende winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten	1 204	1 310

Basis- en onderliggende WPA

Tabel 10. Winst per aandeel (USD)		
	1Q22	1Q23
Basis-WPA	0.05	0.81
Netto-impact van niet-onderliggende opbrengsten/(kosten) op de winst	0.56	-0.18
Hyperinflatie impact op WPA	-0.01	0.01
Onderliggende WPA	0.60	0.65
Gewogen gemiddeld aantal gewone en beperkte aandelen (miljoen)	2 012	2 015

Tabel 11. Belangrijkste drijfveren van de onderliggende WPA (USD)		
	1Q22	1Q23
Genormaliseerde EBIT exclusief hyperinflatie	1.65	1.76
Hyperinflatie impact op genormaliseerde EBIT	-0.01	-0.02
Genormaliseerde EBIT	1.65	1.74
Netto financiële kosten	-0.59	-0.61
Belastingen	-0.27	-0.30
Geassocieerde deelnemingen & minderheidsbelangen	-0.17	-0.18
Hyperinflatie impact op WPA	-0.01	0.01
Onderliggende WPA	0.60	0.65
Gewogen gemiddeld aantal gewone en beperkte aandelen (miljoen)	2 012	2 015

Reconciliatie van genormaliseerde EBITDA en winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten

Tabel 12. Reconciliatie van genormaliseerde EBITDA en winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten (miljoen USD)

	1Q22	1Q23
Winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten	95	1 639
Minderheidsbelangen	404	409
Winst	499	2 048
Belastingen	524	597
Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen	-55	-50
Niet-onderliggend aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen	1 143	-
Netto financiële (opbrengsten)/kosten	1 192	1 237
Niet-onderliggende netto financiële (opbrengsten)/kosten	-104	-375
Niet-onderliggende (opbrengsten)/kosten boven EBIT	96	46
Genormaliseerde EBIT	3 294	3 503
Afschrijvingen en bijzondere waardeverminderingen	1 192	1 255
Genormaliseerde EBITDA	4 486	4 759

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 de onderstaande effecten op de winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev: (i) minderheidsbelangen, (ii) inkomstenbelasting, (iii) aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen; (iv) niet-onderliggend aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen; (v) netto financiële opbrengsten of kosten, (vi) niet-onderliggende netto financiële opbrengsten of kosten, (vii) niet-onderliggende opbrengsten en kosten boven EBIT 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.

Toelichting

Teneinde het inzicht in de onderliggende prestaties van AB InBev te vergemakkelijken, steunen de groeianalyses, inclusief alle toelichtingen in dit persbericht, en behoudens andersluidende vermelding, op organische en genormaliseerde groeicijfers. Met andere woorden, in de analyse van de cijfers wordt geen rekening gehouden met de impact van wijzigingen in de wisselkoersen op de omrekening van buitenlandse activiteiten, noch met scopes. Scopes vertegenwoordigen de impact van overnames en desinvesteringen, de opstart of beëindiging van activiteiten of de transfer van activiteiten tussen segmenten, winsten en verliezen uit hoofde van inperking of beëindiging van een regeling en jaar-op-jaar veranderingen in boekhoudkundige schattingen en andere veronderstellingen waarvan het management oordeelt dat ze geen onderdeel vormen van de onderliggende prestaties van de onderneming. De organische groei van onze wereldwijde merken Budweiser, Stella Artois en Corona omvat niet de export naar Australië, waarvoor een eeuwigdurende vergunning werd verleend aan een derde na de verkoop van de Australische activiteiten in 2020. Alle verwijzingen per hectoliter (per hl) zijn exclusief de Amerikaanse niet-bieractiviteiten. 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 niet-onderliggende elementen. Niet-onderliggende 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. Vanaf 1 januari 2023 worden marktwaardewinsten/(verliezen) op afgeleide instrumenten aangegaan ter afdekking van de op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's gerapporteerd in de niet-onderliggende netto financiële opbrengsten/(kosten). De presentatie van 2022 werd gewijzigd om in lijn te zijn met de presentatie van 2023. Sinds 3Q18 rapporteren we de Argentijnse resultaten met de boekhoudkundige correcties voor hyperinflatie. 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. Deze factoren worden niet meegenomen in de organische berekening. In 1Q23 rapporteerden we een negatieve impact op de winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev van 13 miljoen USD. De impact op de basis WPA in 1Q23 bedroeg -0.01 USD. De optelling van cijfers in de tabellen en bijlagen kan soms leiden tot afrondingsverschillen. De winst per aandeel voor 1Q23 is gebaseerd op een gewogen gemiddelde van 2 015 miljoen aandelen, vergeleken met een gewogen gemiddelde van 2 012 miljoen aandelen voor 1Q22.

Wettelijke disclaimer

Dit persbericht 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 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 17 maart 2023. Vele van die risico's en onzekerheden worden en zullen worden verergerd door een mogelijke verslechtering van het wereldwijde economische en bedrijfsklimaat, het huidige conflict in Rusland en Oekraïne en de COVID-19-pandemie. 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 samen gelezen 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, 6, 8, 9 en 12 van dit persbericht vermelde financiële gegevens voor het eerste kwartaal van 2023 (1Q23) zijn ontleend aan de niet-geauditeerde verkorte geconsolideerde tussentijdse financiële staten van de groep op datum van en voor de periode van drie maanden eindigend op 31 maart 2023; deze gegevens werden nagezien door onze commissarissen PwC Bedrijfsrevisoren BV / PwC Réviseurs d'Entreprises SRL volgens de standaarden van de Public Company Accounting Oversight Board (Verenigde Staten). De financiële gegevens in tabel 7, 10 en 11 zijn ontleend aan de onderliggende financiële staten op datum van en voor de periode van drie maanden eindigend op 31 maart 2023 (met uitzondering van de volume-informatie). Verwijzingen in dit document naar de inhoud van een van onze websites, zoals www.bees.com, zijn bedoeld als hulpmiddel om deze inhoud te vinden en zijn niet als verwijzing opgenomen in dit document.

Telefonische conferentie en webcast

Telefonische conferentie en webcast voor investeerders op donderdag 4 mei 2023:

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

Registratiegegevens:

Webcast (enkel luisteren):

[AB InBev 1Q23 Results Webcast](#)

Om telefonisch deel te nemen, gelieve een van de volgende nummers te bellen:

Gratis: +1 877-407-8029

Betalend: +1 201-689-8029

Investeerders

Shaun Fullalove

Tel: +1 212 573 9287

E-mail: shaun.fullalove@ab-inbev.com

Maria Glukhova

Tel: +32 16 276 888

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

Cyrus Nentin

Tel: +1 646 746 9673

E-mail: cyrus.nentin@ab-inbev.com

Media

Kate Laverge

Tel: +1 917 940 7421

E-mail: kate.laverge@ab-inbev.com

Ana Zenatti

Tel: +1 646 249 5440

E-mail: ana.zenatti@ab-inbev.com

Michaël Cloots

Tel: +32 497 167 183

E-mail: michael.cloots@ab-inbev.com

Over Anheuser-Busch InBev (AB InBev)

Anheuser-Busch InBev (AB 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). Als onderneming dromen we groots om aan een toekomst te bouwen met meer momenten om te vieren. We zijn steeds op zoek naar nieuwe manieren om in te spelen op levensmomenten, onze sector verder te ontwikkelen en een betekenisvolle impact te hebben op de wereld. We engageren ons om uitstekende merken te creëren die de tand des tijds doorstaan en de beste bieren te brouwen met de beste 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 benutten de collectieve sterkte van ongeveer 167 000 medewerkers in bijna 50 landen wereldwijd. In 2022 bedroeg de gerapporteerde opbrengst van AB InBev 57.8 miljard USD (exclusief joint ventures en geassocieerde ondernemingen).

Bijlage 1: Gesegmenteerde informatie

AB InBev Wereldwijd	1Q22	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q23	Interne groei
Volumes (duizend hls)	139 344	-	-	1 204	140 548	0.9%
waarvan AB InBev eigen bieren	120 585	10	-	465	121 060	0.4%
Opbrengsten	13 235	-19	-741	1 739	14 213	13.2%
Kostprijs verkochte goederen	-5 989	9	301	- 839	-6 517	-14.0%
Brutowinst	7 246	-10	-440	900	7 696	12.4%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-4 116	-5	200	-424	-4 344	-10.3%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	164	-18	-5	11	152	7.4%
Genormaliseerde EBIT	3 294	-33	-245	487	3 503	14.9%
Genormaliseerde EBITDA	4 486	-33	-299	605	4 759	13.6%
Genormaliseerde EBITDA-marge	33.9%				33.5%	13 bps

Noord-Amerika	1Q22	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q23	Interne groei
Volumes (duizend hls)	24 087	16	-	-250	23 853	-1.0%
Opbrengsten	3 803	2	-24	193	3 973	5.1%
Kostprijs verkochte goederen	-1 563	-1	8	-119	-1 675	-7.6%
Brutowinst	2 239	-	-16	75	2 298	3.3%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-1 070	-26	11	-53	-1 138	-4.8%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	21	-	-	-13	8	-
Genormaliseerde EBIT	1 190	-26	-5	9	1 168	0.8%
Genormaliseerde EBITDA	1 378	-26	-7	5	1 350	0.3%
Genormaliseerde EBITDA-marge	36.2%				34.0%	-160 bps

Midden-Amerika	1Q22	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q23	Interne groei
Volumes (duizend hls)	34 249	-	-	23	34 271	0.1%
Opbrengsten	3 098	-	51	340	3 489	11.0%
Kostprijs verkochte goederen	-1 190	-	-19	-147	-1 355	-12.3%
Brutowinst	1 908	-	32	193	2 133	10.1%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-757	-4	-18	-99	-878	-13.0%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	2	-	-	-4	-2	-
Genormaliseerde EBIT	1 154	-4	14	90	1 254	7.8%
Genormaliseerde EBITDA	1 450	-4	24	108	1 578	7.4%
Genormaliseerde EBITDA-marge	46.8%				45.2%	-148 bps

Zuid-Amerika	1Q22	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q23	Interne groei
Volumes (duizend hls)	40 394	-7	-	- 101	40 286	-0.2%
Opbrengsten	2 707	-	-465	865	3 107	31.9%
Kostprijs verkochte goederen	-1 374	-	151	-304	-1 526	-22.1%
Brutowinst	1 334	-	-314	561	1 581	42.0%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-754	-7	112	-230	-878	-30.2%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	69	-17	-	38	90	73.5%
Genormaliseerde EBIT	649	-24	-201	369	793	59.1%
Genormaliseerde EBITDA	846	-24	-226	433	1 029	52.6%
Genormaliseerde EBITDA-marge	31.2%				33.1%	476 bps

EMEA	1Q22	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q23	Interne groei
Volumes (duizend hls)	20 124	43	-	-210	19 958	-1.0%
Opbrengsten	1 799	16	-163	170	1 823	9.4%
Kostprijs verkochte goederen	- 914	-8	91	-173	-1 004	-18.8%
Brutowinst	885	8	-72	-3	819	-0.3%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-661	-14	50	-20	-645	-3.0%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	38	-1	-2	-	35	1.1%
Genormaliseerde EBIT	263	-7	-24	-23	209	-8.8%
Genormaliseerde EBITDA	500	-7	-45	13	462	2.7%
Genormaliseerde EBITDA-marge	27.8%				25.3%	-166 bps

Azië-Pacific	1Q22	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q23	Interne groei
Volumes (duizend hls)	20 288	-	-	1 826	22 114	9.0%
Opbrengsten	1 636	-4	-137	209	1 705	12.8%
Kostprijs verkochte goederen	-775	-	66	-114	-823	-14.7%
Brutowinst	862	-4	-70	95	883	11.1%
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-467	3	35	-20	-449	-4.2%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	41	-	-3	-6	32	-14.4%
Genormaliseerde EBIT	435	-2	-38	70	465	16.1%
Genormaliseerde EBITDA	611	-2	-51	69	628	11.4%
Genormaliseerde EBITDA-marge	37.3%				36.8%	-47 bps

Globale Export en Holdingmaatschappijen	1Q22	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q23	Interne groei
Volumes (duizend hls)	202	-52	-	-84	66	-55.7%
Opbrengsten	191	-33	-3	-39	117	-24.4%
Kostprijs verkochte goederen	-173	18	3	18	-134	11.6%
Brutowinst	18	-15	-	-21	-18	-
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-406	43	9	-2	-356	-0.5%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	-7	-	-	-5	-12	-
Genormaliseerde EBIT	-396	29	9	-28	-386	-7.5%
Genormaliseerde EBITDA	-300	28	6	-23	-288	-8.4%