

Brussel – 27 oktober 2022 - 7:00am CET

 Voorkennis / Gereguleerde informatie<sup>1</sup>

# Anheuser-Busch InBev publiceert resultaten voor het derde kwartaal van 2022

## Beste volumeresultaat op kwartaalbasis dit jaar dankzij versnelde digitale transformatie en aanhoudende vraag van de consument naar onze merkenportfolio

*“We realiseerden dit kwartaal een algemene volumegroei van 3.7% wat leidde tot een versnelde stijging van de opbrengsten met 12.1%. We blijven een sterke consumentenvraag naar onze portefeuille en een veerkrachtige biercategorie zien terwijl we ons aan de dynamische bedrijfsomgeving aanpassen. Op basis van onze prestaties en aanhoudend momentum verhogen we de ondergrens van onze EBITDA-vooruitzichten voor FY22.” – Michel Doukeris, CEO, AB InBev*

### Totale opbrengsten

# +12.1%

De opbrengsten stegen met 12.1% in 3Q22, waarbij de opbrengsten per hl met 8.0% toenamen, en met 11.5% in 9M22, waarbij de opbrengsten per hl met 7.8% stegen.

**12.7% stijging** van de gecombineerde opbrengsten van onze wereldwijde merken, Budweiser, Stella Artois en Corona, buiten hun thuismarkten in 3Q22, en 9.6% in 9M22.

**Ongeveer 57%** van onze inkomsten nu gegenereerd via B2B digitale platformen, waarbij het aantal maandelijks actieve gebruikers van BEES per 30 september 2022 tot 3.1 miljoen was gestegen.

**Meer dan 385 miljoen USD** aan opbrengsten en ongeveer 17 miljoen digitale bestellingen via ons direct-to-consumer ecosysteem in 3Q22.

### Totaal volume

# +3.7%

De totale volumes namen in 3Q22 met 3.7% toe, waarbij het volume eigen bieren met 3.4% en het volume niet-bieren met 5.2% stegen. De totale volumes namen in 9M22 met 3.3% toe, waarbij het volume eigen bieren met 2.8% en het volume niet-bieren met 6.5% stegen.

### Genormaliseerde EBITDA

# +6.5%

De genormaliseerde EBITDA van 5 313 miljoen USD betekent een stijging met 6.5% in 3Q22, waarbij de marge met 183 basispunten daalde tot 35.2%. De genormaliseerde EBITDA steeg met 7.0% in 9M22 tot 14 896 miljoen USD, waarbij de marge met 143 basispunten daalde tot 34.5%. De cijfers van de genormaliseerde EBITDA voor 9M22 en 9M21 houden rekening met een impact van 201 miljoen USD en 226 miljoen USD aan belastingverminderingen in Brazilië in respectievelijk 2Q22 en 2Q21. Zie pagina 11 voor meer informatie.

### Onderliggende winst

# 1 682 miljoen USD

De onderliggende winst (genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev exclusief marktwaardewinsten en -verliezen gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's en de impact van hyperinflatie) bedroeg 1 682 miljoen USD in 3Q22 vergeleken met 1 699 miljoen USD in 3Q21, en 4 354 miljoen USD in 9M22 tegenover 4 290 miljoen USD in 9M21.

### Onderliggende WPA

# 0.84 USD

De onderliggende WPA bedroeg 0.84 USD in 3Q22, een daling tegenover 0.85 USD in 3Q21 en bedroeg 2.16 USD in 9M22, een stijging tegenover 2.14 USD in 9M21.

<sup>1</sup>Bijgaande 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 marktmisbruik, evenals gereguleerde informatie in de zin van het 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 15.

## Commentaar van het management

### Beste volumeresultaat op kwartaalbasis dit jaar dankzij versnelde digitale transformatie en aanhoudende vraag van de consument naar onze merkenportfolio

Dit kwartaal versnelde het momentum van ons volume en kenden we een groei met 3.7%, ondanks de context van een aanhoudend dynamische bedrijfsomgeving. De opbrengsten stegen met 12.1%, met een groei van de opbrengsten per hl met 8.0%, ten gevolge van initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer en premiumisering op de meeste van onze markten. De EBITDA steeg met 6.5%, waarbij onze opbrengstengroei gedeeltelijk tenietgedaan werd door verwachte ongunstige valuta- en grondstofprijsschommelingen en hogere verkoop- en marketinginvesteringen in onze merken.

Na de erkenning van onze vaardigheden op het vlak van merkversterking en creatieve marketing op het Cannes Lions International Festival of Creativity hadden we de eer om voor het eerst in onze geschiedenis uitgeroepen te worden tot 's Werelds Meest Doeltreffende Marketeer in de Global Effie Effectiveness Index.

Naarmate we onze schuldafbouw voortzetten, blijft het gewogen gemiddelde van de coupon op onze obligaties vóór belastingen van ongeveer 4% heel haalbaar, waarbij 94% van onze obligaties een vaste rentevoet heeft. De gewogen gemiddelde looptijd van onze obligaties blijft meer dan 16 jaar, zonder herfinancieringsnoden op korte of middellange termijn.

### Consistente uitvoering van onze strategie

We blijven inzetten op en investeren in de drie belangrijkste pijlers van onze strategie 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 3.7%, met een toename in meer dan 60% van onze markten.

**2 Digitalisering en monetaisering van ons ecosysteem:**  
BEES is nu beschikbaar op 19 markten en bereikte 3.1 miljoen maandelijks actieve gebruikers per 30 september 2022, een stijging van 7% tegenover 2Q22. BEES Marketplace is nu beschikbaar op 14 markten. 44% van de BEES-kanten zijn nu ook een Marketplace-kopers.

**3 Optimalisatie van onze activiteiten:**  
In 9M22 steeg onze EBITDA met 7.0% en ten gevolge van schuldafbouw daalden onze netto interestkosten met ongeveer 200 miljoen USD tegenover 9M21.

#### 1 Leiderschap en groei van de categorie

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

- **Inclusieve Categorie:** In 3Q22 is de interesse van consumenten in onze portefeuille volgens onze schattingen in het merendeel van onze focusmarkten gestegen dankzij innovaties, op vlak van merken, verpakking en smaken, die gefocust zijn op de uitbreiding van inclusiviteit en toegankelijkheid. Bijvoorbeeld in Mexico kenden onze initiatieven op het vlak van verpakkingsgrootte (zowel vergroting als verkleining) een

sterke tweecijferige groei dit kwartaal. Dit leidde tot een bijdrage van ruim 1 miljoen hl aan het volume en een verbetering van het rendement in zowel het Core- als het Above Core-segment van onze portefeuille.

- **Core-superioriteit:** Onze portefeuille pilsmerken deed het in 3Q22 volgens onze schattingen opnieuw beter dan de sector in de meeste van onze belangrijkste markten en kende een lage tweecijferige opbrengstengroei dankzij de uitzonderlijke prestaties in Mexico, Brazilië en Zuid-Afrika.
- **Gelegenheidsontwikkeling:** Onze wereldwijde portefeuille alcoholvrije bieren realiseerde dit kwartaal een tweecijferige opbrengstengroei onder impuls van Budweiser Zero en Stella Artois Liberté in de VS.
- **Premiumisering:** Onze portefeuille Above Core-merken kende dit kwartaal een lage tweecijferige opbrengstengroei onder impuls van de aanhoudende tweecijferige groei van Michelob ULTRA in de VS en Mexico, en de uitbreiding van Spaten in Brazilië. De opbrengsten van onze wereldwijde merken kenden een stijging met 12.7% buiten hun thuismarkten, waarbij Corona de sterkste groei kende met 23.5%. Budweiser noteerde een groei van 8.9% ondanks de impact van COVID-19-beperkingen in China, de grootste markt voor dit merk. Stella Artois nam met 7.0% toe, met aanhoudende groei op focusmarkten zoals de VS en Brazilië.
- **Niet-bieren:** Dit kwartaal kenden onze wereldwijde niet-bieractiviteiten een opbrengstengroei van ruim 10%, wat meer dan 400 miljoen USD aan opbrengsten opleverde. Binnen het segment van de kant-en-klare sterke dranken blijft onze portefeuille in de VS sneller groeien dan de sector, met een sterke tweecijferige stijging, voornamelijk dankzij Cutwater en NÜTRL vodka seltzer. In Zuid-Afrika hebben Brutal Fruit en Flying Fish de tweecijferige groei van het verkochte volume voortgezet.

## 2 Digitalisering en monetaarisering van ons ecosysteem

- **Digitalisering van onze relatie met onze ruim 6 miljoen klanten wereldwijd:** Sinds 30 september 2022 is BEES beschikbaar op 19 markten, waarbij ongeveer 57% van de inkomsten via B2B digitale platformen wordt gegenereerd. BEES bereikte 3.1 miljoen maandelijks actieve gebruikers en bracht ongeveer 7.7 miljard USD aan bruto koopwaarde (GMV) op in 3Q22, een toename met meer dan 40% tegenover 3Q21. BEES Marketplace is nu beschikbaar op 14 markten en genereerde een geannualiseerde september-opbrengst van ongeveer 850 miljoen USD uit de verkoop van producten van derden. In september 2022, zijn 44% van de BEES-klanten ook Marketplace-kopers.
- **Leiderspositie op het vlak van DTC-oplossingen:** Onze digitale direct-to-consumer (DTC)-platformen Ze Delivery, TaDa en PerfectDraft zijn nu beschikbaar op 17 markten en genereerden dit kwartaal meer dan 100 miljoen USD aan inkomsten en 17 miljoen bestellingen. Ons netwerk van fysieke retailproducten, zoals Modelorama in Mexico en Pit Stop in Brazilië, bleef opbrengstengroei noteren in heel onze voetafdruk van zo'n 13 000 winkels. Ons omnichannel DTC-ecosysteem voor digitale en fysieke DTC-producten genereerde ruim 1 miljard USD aan opbrengsten in 9M22, wat een stijging met ongeveer 15% is ten opzichte van 9M21.

## 3 Optimalisatie van onze activiteiten

In 9M22 bleven we focussen op de efficiënte toewijzing van middelen en realiseerden we 7.0% EBITDA-groei. Het gewogen gemiddelde van de coupon op onze obligaties vóór belastingen van ongeveer 4% blijft heel haalbaar, waarbij 94% van onze obligaties een vaste rentevoet heeft. Dankzij onze inspanningen om onze brutoschuld af te bouwen, is onze netto rentelast in 9M22 met ongeveer 200 miljoen USD gedaald in vergelijking met 9M21.

## Ontwikkeling van onze ESG-prioriteiten

We spannen ons verder in om onze duurzaamheidsdoelstellingen te bereiken. We zijn trots dat we onlangs opgenomen zijn in de 'Change the World'-ranglijst van Fortune ter erkenning van onze wereldwijde waterbeheerinitiatieven. We boeken ook vooruitgang wat betreft onze ambitie om de netto CO<sub>2</sub>-uitstoot tegen 2040 tot nul te herleiden, met het koolstofneutraal maken van vijf vestigingen in Brazilië en één in Argentinië in 9M22.

## Op een toekomst met meer momenten om te vieren

Door onze hefboomen voor categorie-uitbreiding te implementeren, blijven we de biercategorie leiden en doen we deze groeien. Dit kwartaal resulteerde dit in een algemene volumegroei van 3.7%. We digitaliseren en monetariseren ons ecosysteem, waarbij 57% van onze inkomsten nu van digitale kanalen komt, en we blijven onze activiteiten optimaliseren via de efficiënte toewijzing van middelen en het dynamische afwegen van prioriteiten bij kapitaalallocatie om waardecreatie op lange termijn mogelijk te maken. We blijven focussen op de consistente uitvoering van onze strategie en ESG-prioriteiten om waarde te creëren voor onze aandeelhouders en ons doel te bereiken om aan een toekomst te bouwen met meer momenten om te vieren.

## Vooruitzichten voor 2022

---

- (i) **Algemeen resultaat:** We verwachten dat onze EBITDA in FY22 een groei zal kennen van 6 à 8% en dat onze opbrengsten sneller zullen stijgen dan de EBITDA dankzij een gezond evenwicht tussen volume en prijs. Onze vooruitzichten op middellange termijn, gericht op een EBITDA-groei van 4 à 8%, blijven ongewijzigd.
- (ii) **Netto financiële kosten:** We verwachten dat de netto-interestkosten voor pensioenen en de periodoerekeningskosten tussen 170 en 200 miljoen USD per kwartaal zullen bedragen, afhankelijk van de valuta- en renteschommelingen. We schatten dat de gemiddelde coupon op de brutoschuld in FY22 ongeveer 4.0% zal bedragen. De netto financiële kosten zullen invloed blijven ondervinden van potentiële winsten en verliezen die verband houden met de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's.
- (iii) **Effectieve aanslagvoet (EAV):** We verwachten dat de genormaliseerde EAV in FY22 tussen 28% en 30% zal liggen, exclusief eventuele winsten of verliezen gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde programma's. 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 FY22.

**Tabel 1. Geconsolideerde resultaten (miljoen USD)**

	3Q21	3Q22	Interne groei
<b>Volumes (duizend hls)</b>	<b>151 629</b>	<b>157 284</b>	<b>3.7%</b>
AB InBev eigen bieren	131 354	137 796	3.4%
Niet-biervolumes	19 308	18 332	5.2%
Producten van derden	968	1 156	19.4%
<b>Opbrengsten</b>	<b>14 274</b>	<b>15 091</b>	<b>12.1%</b>
<b>Brutowinst</b>	<b>8 236</b>	<b>8 232</b>	<b>6.2%</b>
Brutomarge	57.7%	54.5%	-300 bps
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>5 214</b>	<b>5 313</b>	<b>6.5%</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	36.5%	35.2%	-183 bps
<b>Genormaliseerde EBIT</b>	<b>4 020</b>	<b>4 055</b>	<b>4.4%</b>
Genormaliseerde EBIT-marge	28.2%	26.9%	-195 bps
Winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten	250	1 433	
<b>Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten</b>	<b>1 002</b>	<b>1 629</b>	
<b>Onderliggende winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten</b>	<b>1 699</b>	<b>1 682</b>	
Winst per aandeel (USD)	0.12	0.71	
<b>Genormaliseerde winst per aandeel (USD)</b>	<b>0.50</b>	<b>0.81</b>	
<b>Onderliggende winst per aandeel (USD)</b>	<b>0.85</b>	<b>0.84</b>	
	<b>9M21</b>	<b>9M22</b>	<b>Interne groei</b>
<b>Volumes (duizend hls)</b>	<b>432 027</b>	<b>446 358</b>	<b>3.3%</b>
AB InBev eigen bieren	378 989	389 488	2.8%
Niet-biervolumes	50 551	53 820	6.5%
Producten van derden	2 487	3 050	22.6%
<b>Opbrengsten</b>	<b>40 106</b>	<b>43 118</b>	<b>11.5%</b>
<b>Brutowinst</b>	<b>23 105</b>	<b>23 475</b>	<b>5.9%</b>
Brutomarge	57.6%	54.4%	-286 bps
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>14 327</b>	<b>14 896</b>	<b>7.0%</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	35.7%	34.5%	-143 bps
<b>Genormaliseerde EBIT</b>	<b>10 788</b>	<b>11 160</b>	<b>5.9%</b>
Genormaliseerde EBIT-marge	26.9%	25.9%	-134 bps
Winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten	2 708	3 126	
<b>Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten</b>	<b>3 926</b>	<b>4 489</b>	
<b>Onderliggende winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten</b>	<b>4 290</b>	<b>4 354</b>	
Winst per aandeel (USD)	1.35	1.55	
<b>Genormaliseerde winst per aandeel (USD)</b>	<b>1.96</b>	<b>2.23</b>	
<b>Onderliggende winst per aandeel (USD)</b>	<b>2.14</b>	<b>2.16</b>	

**Tabel 2. Volumes (duizend hls)**

	3Q21	Scope	Interne groei	3Q22	Interne groei	
					Volumes	Eigen bieren
Noord-Amerika	28 137	1	-362	27 775	-1.3%	-1.7%
Midden-Amerika	35 591	19	1 705	37 314	4.8%	6.0%
Zuid Amerika	39 399	106	1 140	40 644	2.9%	0.4%
EMEA	22 124	24	1 576	23 724	7.1%	7.3%
Azië-Pacific	26 020	1	1 589	27 610	6.1%	6.1%
Globale Export en Holdingmaatschappijen	360	-150	8	217	3.7%	-0.1%
<b>AB InBev Wereldwijd</b>	<b>151 629</b>	<b>-</b>	<b>5 655</b>	<b>157 284</b>	<b>3.7%</b>	<b>3.4%</b>

	9M21	Scope	Interne groei	9M22	Interne groei	
					Volumes	Eigen bieren
Noord-Amerika	81 389	1	-2 166	79 223	-2.7%	-2.6%
Midden-Amerika	103 570	41	5 727	109 338	5.5%	6.6%
Zuid Amerika	111 327	257	5 875	117 459	5.3%	2.5%
EMEA	62 665	53	3 968	66 686	6.3%	6.3%
Azië-Pacific	72 101	2	891	72 995	1.2%	1.3%
Globale Export en Holdingmaatschappijen	975	-354	36	657	5.8%	4.2%
<b>AB InBev Wereldwijd</b>	<b>432 027</b>	<b>-</b>	<b>14 331</b>	<b>446 358</b>	<b>3.3%</b>	<b>2.8%</b>

## Prestaties op de belangrijkste markten

---

### Verenigde Staten: Voortgezette opbrengstengroei onder impuls van onze Above Core-merken

- **Bedrijfsresultaten:**
  - **3Q22:** De opbrengsten stegen met 1.9%, waarbij de opbrengsten per hl met 3.8% toenamen. De verkoop aan groothandelaars (VAG) daalde met 1.8% en de verkoop aan kleinhandelaars (VAK) namen met 1.7% af, wat volgens onze schattingen minder is dan de sector, waarbij de volumes in september positief beïnvloed werden door de fasering van de leveringen voor onze prijsverhoging in oktober. De EBITDA nam met 2.0% af.
  - **9M22:** De opbrengsten namen met 2.2% toe, met een stijging van de opbrengsten per hl met 5.1%. Onze VAG daalde met 2.7% en onze VAK nam met 3.1% af. De EBITDA nam met 0.9% af.
- **Commerciële hoogtepunten:** De biersector blijft veerkrachtig, zelfs in een situatie met aanhoudende inflatie. We blijven vooruitgang boeken op het vlak van onze commerciële strategie om onze portefeuille te richten op onze Above Core-biermerken en onze niet-biermerken, die nu ongeveer 40% van onze inkomsten genereren. Onze portefeuille Above Core-merken deed het dit kwartaal beter dan de sector, onder impuls van Michelob ULTRA dat een tweecijferige groei kende, en aangevuld met groei in Stella Artois, Kona Big Wave en Estrella Jalisco. Bij onze niet-biermerken bleef onze portefeuille kant-en-klare sterke dranken sneller groeien dan de sector dankzij Cutwater, 's lands grootste cocktail op basis van sterke drank, en NÜTRL vodka seltzer, die allebei een sterke tweecijferige groei kenden.

### Mexico: Tweecijferige opbrengsten- en winstgroei met een versnelde groei in marktaandeel

- **Bedrijfsresultaten:**
  - **3Q22:** De opbrengstengroei bedroeg ongeveer 25%, met een groei van de opbrengst per hl rond de 15%, voornamelijk dankzij de initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer en premiumisering. Onze volumes stegen met meer dan 10% en we bleven het beter doen dan de sector. De EBITDA kende een groei van iets meer dan 20%.
  - **9M22:** De opbrengsten groeiden met bijna 20%, met een hoge eencijferige volumegroei en een stijging van de opbrengsten per hl met ruim 10%. De EBITDA kende een gemiddelde tweecijferige groei.
- **Commerciële hoogtepunten:** We realiseerden dit kwartaal volumegroei in alle segmenten van onze portefeuille, waarbij onze portefeuille Above Core-merken met bijna 30% toenam onder impuls van Modelo, Pacifico en Michelob Ultra. We bleven onze distributiecapaciteit ontwikkelen, die dit kwartaal werd uitgebreid met meer dan 800 nieuwe OXXO-winkels, waarvan de uitrol voor ongeveer 80% afgewerkt is. BEES blijft groeien, waarbij ongeveer 86% van onze opbrengsten nu digitaal wordt gegenereerd en 60% van onze BEES-klanten nu ook BEES Marketplace-kopers zijn.

### Colombia: Tweecijferige opbrengstengroei en hoogste consumptie per hoofd ooit

- **Bedrijfsresultaten:**
  - **3Q22:** De opbrengsten stegen met bijna 20%, met een hoge eencijferige volumegroei en een groei van de opbrengst per hl net boven 10%, voornamelijk dankzij initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer en premiumisering. De EBITDA kende een hoge eencijferige groei.



- **9M22:** De opbrengsten groeiden met ruim 20%, met een hoge eencijferige toename van de volumes en een stijging van de opbrengsten per hl met iets meer dan 10%. De EBITDA kende een lage tweecijferige groei.
- **Commerciële hoogtepunten:** Dankzij de consistente implementatie van onze hefbomen voor categorie-uitbreiding boekten we dit kwartaal een volumegroei in alle segmenten van onze portefeuille. Onze Premium- en Superpremiumportefeuille bleef de toon zetten met de realisatie van een volumegroei van bijna 20% en het hoogste volume en aandeel van onze totale opbrengsten ooit. Meer van 30% van onze BEES-klanten nu ook BEES Marketplace-kopers zijn.

## Brazilië: Tweecijferige volume- en opbrengstengroei met verbetering van de marge

- **Bedrijfsresultaten:**
  - **3Q22:** De opbrengsten stegen met 20.1%, waarbij het volume met 2.4% groeide en de opbrengsten per hl met 17.3% toenamen. Onze biervolumes bleven stabiel aangezien we in 3Q21 sterke prestaties neerzetten. Het volume niet-bieren steeg met 9.2%. De EBITDA nam met 23.7% toe, waarbij de marge met 75 basispunten groeide.
  - **9M22:** De totale volumes namen met 5.9% toe, waarbij het biervolume met 3.4% en het volume niet-bieren met 13.9% stegen. De opbrengsten stegen met 21.1%, waarbij de opbrengsten per hl met 14.3% toenamen. De EBITDA steeg met 18.1%.
- **Commerciële hoogtepunten:** Onze Premium- en Superpremiummerken bleven het dit kwartaal beter doen dan de sector met een hoge eencijferige volumegroei. Onze portefeuille Core-merken noteerde een gemiddelde eencijferige volumegroei. We bleven bovendien investeren in de ontwikkeling van onze Core Plus-merken. De groei van het volume niet-bieren was vooral te danken aan de prestaties van onze Premium- en Wellness-merken. Meer van 70% van onze BEES-klanten zijn nu ook BEES Marketplace-kopers. Ons digitaal DTC-platform, Zé Delivery, handelde bijna 15 miljoen bestellingen af in 3Q22, en telt 4.3 miljoen maandelijks actieve gebruikers.

## Europa: Tweecijferige opbrengstengroei geneutraliseerd door hoge kostendruk

- **Bedrijfsresultaten:**
  - **3Q22:** De opbrengsten kenden een tweecijferige groei, met een gemiddelde eencijferige volumegroei en een hoge eencijferige stijging van de opbrengsten per hl, mede dankzij de aanhoudende vraag naar premiummerken, initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer en het verdere herstel van de horeca. De EBITDA kende een gemiddelde eencijferige daling ten gevolge van ongunstige grondstofprijsschommelingen en hogere verkoop- en marketinginvesteringen om onze premiumstrategie en FIFA World Cup™-activeringen te ondersteunen.
  - **9M22:** De opbrengsten groeiden met ruim 10%, met een hoge eencijferige toename van de opbrengsten per hl en een lage eencijferige stijging van de volumes. De EBITDA kende een gemiddelde eencijferige groei.
- **Commerciële hoogtepunten:** We blijven onze portfolio in Europa premiumiseren, waarbij onze wereldwijde merken en Superpremiummerken dit kwartaal allebei een tweecijferige opbrengstengroei kenden. Dankzij de consistente uitvoering van onze strategie vergrootten of behielden we in 9M22 naar schatting ons martaandeel op de meeste van onze belangrijke markten. Het klantenbestand van ons DTC-product PerfectDraft breidde zich met meer dan 20% uit ten opzichte van 3Q21.



## Zuid-Afrika: Tweecijferige opbrengsten- en winstgroei en bijkomende investering in capaciteit om groei te ondersteunen

- **Bedrijfsresultaten:**
  - **3Q22:** We realiseerden een opbrengstengroei van ongeveer 25%, met een gemiddelde eencijferige groei van de opbrengst per hl, voornamelijk dankzij initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer. Onze volumes groeiden met bijna 20% dankzij onze inspanningen om de biercategorie uit te breiden en een gunstige vergelijkbare basis na een 25-daags verbod op de verkoop van alcohol in 3Q21. De EBITDA steeg met meer dan 30%. In vergelijking met 3Q19 kenden de volumes een lage tweecijferige groei, wat naar onze schattingen sneller is dan de sector.
  - **9M22:** De opbrengsten stegen met meer dan 20% met een gemiddelde eencijferige groei van de opbrengst per hl en een volumegroei van ongeveer 15%. De EBITDA kende een groei van iets minder dan 30%.
- **Commerciële hoogtepunten:** Dit kwartaal behaalden we groei in alle segmenten van onze portefeuille, ondanks productiecapaciteitsbeperkingen die ons vermogen inperkten om volledig aan de consumentenvraag te voldoen. We hebben in bijkomende capaciteit geïnvesteerd, die naar verwachting in 4Q22 in gebruik zal worden genomen. Onze prestaties werden bepaald door een opbrengstengroei van ruim 30% in ons belangrijkste Core-merk, Carling Black Label. Onze Premium-, Superpremium- en 'niet-bier'-portefeuilles kenden allemaal een tweecijferige volumegroei. Meer van 50% van onze BEES-klienten zijn nu ook BEES Marketplace-klienten.

## China: De onderliggende consumentenvraag blijft consistent ondanks de impact van COVID-19-bepalingen op de sector

- **Bedrijfsresultaten:**
  - **3Q22:** De COVID-19-bepalingen bleven onze belangrijkste regio's en verkoopkanalen onevenredig hard treffen. Onze volumes stegen met 3.6%. De opbrengsten per hl daalden met 1.9% wegens de negatieve kanalen- en geografische mix, wat leidde tot een totale opbrengstengroei van 1.7%. De EBITDA nam met 2.3% af.
  - **9M22:** De volumes daalden met 2.2% en de opbrengsten per hl stegen met 0.7%, hetgeen leidde tot een totale opbrengstenvermindering van 1.6%. De EBITDA nam met 5.1% af.
- **Commerciële hoogtepunten:** We blijven in onze commerciële strategie investeren, met een focus op premiumisering, kanaal- en geografische uitbreiding en digitale transformatie. In onze groeisteden, die niet door de COVID-19-bepalingen getroffen waren, kenden Budweiser en onze Superpremiummerken een tweecijferige volumegroei. Ons BEES-platform is nu beschikbaar in meer dan 90 steden en was in september goed voor ruim 10% van onze inkomsten via digitale kanalen.

## Hoogtepunten van onze andere markten

- **Canada:** Ons totale volume steeg sneller dan de sector. De totale opbrengsten kenden dit kwartaal een hoge eencijferige stijging met een gemiddelde eencijferige volumegroei.
- **Peru:** Dankzij de consistente toepassing van onze commerciële strategie en voortgezette transformatie van onze portefeuille noteerden we dit kwartaal recordvolumes. De opbrengsten groeiden met ruim 10%, met een hoge eencijferige toename van de opbrengsten per hl en een lage eencijferige stijging van de volumes. Meer van 50% van onze BEES-klienten zijn nu ook BEES Marketplace-kopers.
- **Ecuador:** We realiseerden dit kwartaal een opbrengstengroei van iets meer dan 20% met een volumegroei van iets meer dan 10% dankzij de aanhoudende uitbreiding van de biercategorie en gunstige vergelijkbare cijfers als

gevolg van het herstel na COVID-19. Meer van 60% van onze BEES-klanten zijn nu ook BEES Marketplace-kopers.

- **Argentinië:** De volumes noteerden dit kwartaal een hoge eencijferige stijging onder impuls van onze portefeuille Core-merken en wereldwijde merken. De opbrengst per hl kende een tweecijferige groei, vooral dankzij initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer in een omgeving die sterk onderhevig is aan inflatie.
- **Afrika met uitzondering van Zuid-Afrika:** In Nigeria kenden we dit kwartaal een hoge eencijferige opbrengstengroei dankzij initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer, hoewel de volumes afnamen door een zwakke sector en aanhoudende problemen in de toeleveringsketen. Op onze andere belangrijke markten noteerden we in 3Q22 een tweecijferige opbrengstengroei, vooral in Tanzania, Zambia en Botswana. We investeren in bijkomende capaciteit in Zambia om de groei te ondersteunen.
- **Zuid-Korea:** De volumes stegen dit kwartaal met ongeveer 15% onder impuls van ons leidende Core-merk 'All New Cass', een aanhoudende stijging van het marktaandeel en verdere verbetering van de bedrijfsomgeving. De opbrengsten per hl kenden een gemiddelde eencijferige groei, wat leidde tot een tweecijferige opbrengstengroei.

## Geconsolideerde Resultatenrekening

Tabel 3. Geconsolideerde resultatenrekening (miljoen USD)

	3Q21	3Q22	Interne groei
<b>Opbrengsten</b>	<b>14 274</b>	<b>15 091</b>	<b>12.1%</b>
Kostprijs verkochte goederen	-6 039	-6 860	-20.0%
<b>Brutowinst</b>	<b>8 236</b>	<b>8 232</b>	<b>6.2%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-4 379	-4 347	-8.0%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	163	170	8.1%
<b>Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór niet-onderliggende opbrengsten/(kosten)</b>	<b>4 020</b>	<b>4 055</b>	<b>4.4%</b>
Niet-onderliggende opbrengsten/(kosten) boven EBIT	-73	-165	
Netto financiële opbrengsten/(kosten)	-1 900	-1 392	
Niet-onderliggende netto financiële opbrengsten/(kosten)	-747	-65	
Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen	73	81	
Belastingen	-679	-688	
<b>Winst</b>	<b>695</b>	<b>1 825</b>	
Winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen	444	392	
Winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten	250	1 433	
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>5 214</b>	<b>5 313</b>	<b>6.5%</b>
<b>Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten</b>	<b>1 002</b>	<b>1 629</b>	
	<b>9M21</b>	<b>9M22</b>	<b>Interne groei</b>
<b>Opbrengsten</b>	<b>40 106</b>	<b>43 118</b>	<b>11.5%</b>
Kostprijs verkochte goederen	-17 001	-19 644	-19.0%
<b>Brutowinst</b>	<b>23 105</b>	<b>23 475</b>	<b>5.9%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-12 950	-12 963	-6.1%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	633	648	9.9%
<b>Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór niet-onderliggende opbrengsten/(kosten)</b>	<b>10 788</b>	<b>11 160</b>	<b>5.9%</b>
Niet-onderliggende opbrengsten/(kosten) boven EBIT	-290	-270	
Netto financiële opbrengsten/(kosten)	-3 948	-3 674	
Niet-onderliggende netto financiële opbrengsten/(kosten)	-1 046	-51	
Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen	174	210	
Niet-onderliggend aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen	-	-1 143	
Belastingen	-1 910	-1 933	
<b>Winst</b>	<b>3 768</b>	<b>4 299</b>	
Winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen	1 061	1 174	
Winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten	2 708	3 126	
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>14 327</b>	<b>14 896</b>	<b>7.0%</b>
<b>Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten</b>	<b>3 926</b>	<b>4 489</b>	

De geconsolideerde overige bedrijfsopbrengsten/(kosten) zijn in 9M22 met 9.9% gestegen, voornamelijk dankzij hogere overheidssubsidies. In 9M22 boekte Ambev 201 miljoen USD aan opbrengsten in andere bedrijfsopbrengsten gelieerd aan belastingverminderingen (9M21: 226 miljoen USD). De netto 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)				
	3Q21	3Q22	9M21	9M22
COVID-19 kosten	-30	-2	-84	-16
Herstructurering	-38	-13	-135	-63
Verkoop van activiteiten en activa (inclusief bijzondere waardeverminderingverliezen)	-	-149	14	-143
AB InBev Efes-gerelateerde kosten	-	-1	-	-48
Verwervingskosten van bedrijfscombinaties	-5	-	-12	-
SAB Zenzele Kabili kosten	-	-	-73	-
<b>Niet-onderliggende impact op het bedrijfsresultaat</b>	<b>-73</b>	<b>-165</b>	<b>-290</b>	<b>-270</b>
<b>Niet-onderliggend aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-1 143</b>

De EBIT is exclusief negatieve niet-onderliggende kosten ten bedrage van 165 miljoen USD in 3Q22 en 270 miljoen USD in 9M22. In 3Q22 omvatte de verkoop van activiteiten en activa hoofdzakelijk waardeverminderingen op immateriële activa en andere in die periode verkochte niet-essentiële activa.

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

## Netto financiële opbrengsten/(kosten)

Tabel 5. Netto financiële opbrengsten/(kosten) (miljoen USD)				
	3Q21	3Q22	9M21	9M22
Netto-interestkosten	-880	-826	-2 709	-2 509
Netto-interestkosten voor pensioenen	-18	-18	-55	-55
Periode toerekeningkosten	-161	-215	-427	-551
Aanpassing aan marktwaarde	-683	-79	-335	83
Netto rente-inkomsten op Braziliaanse belastingverminderingen	14	34	102	146
Overige financiële resultaten	-171	-287	-524	-788
<b>Netto financiële opbrengsten/(kosten)</b>	<b>-1 900</b>	<b>-1 392</b>	<b>-3 948</b>	<b>-3 674</b>

In 9M22 werden de netto financiële kosten positief beïnvloed door de marktwaardewinsten gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's. Een overzicht van het aantal aandelen die opgenomen zijn in de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's en de start- en slotkoers van de aandelen worden weergegeven in onderstaande tabel 6.

Tabel 6. Afdekking van op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's				
	3Q21	3Q22	9M21	9M22
Aandelenkoers per begin periode (euro per aandeel)	60.81	51.36	57.01	53.17
Aandelenkoers per einde periode (euro per aandeel)	49.15	46.75	49.15	46.75
Aantal eigenvermogensinstrumenten per einde periode (miljoen)	55.0	55.0	55.0	55.0

## Niet-onderliggende netto financiële opbrengsten/(kosten)

Tabel 7. Niet-onderliggende netto financiële opbrengsten/(kosten) (miljoen USD)				
	3Q21	3Q22	9M21	9M22
Aanpassing aan marktwaarde	-567	-65	-284	69
Kosten gerelateerd aan vervroegde terugbetaling van obligaties & andere	-180	-	-762	-120
<b>Niet-onderliggende netto financiële opbrengsten/(kosten)</b>	<b>-747</b>	<b>-65</b>	<b>-1 046</b>	<b>-51</b>

De niet-onderliggende netto financiële kosten in 9M22 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.

<b>Tabel 8. Niet-onderliggende uitgestelde aandelen instrumenten</b>				
	<b>3Q21</b>	<b>3Q22</b>	<b>9M21</b>	<b>9M22</b>
Aandelenkoers per begin periode (euro per aandeel)	60.81	51.36	57.01	53.17
Aandelenkoers per einde periode (euro per aandeel)	49.15	46.75	49.15	46.75
Aantal eigenvermogensinstrumenten per einde periode (miljoen)	45.5	45.5	45.5	45.5

## Belastingen

<b>Tabel 9. Belastingen (miljoen USD)</b>				
	<b>3Q21</b>	<b>3Q22</b>	<b>9M21</b>	<b>9M22</b>
Belastingen	679	688	1 910	1 933
Effectieve Aanslagvoet	52.2%	28.3%	34.7%	27.0%
Genormaliseerde Effectieve Aanslagvoet	35.1%	27.1%	29.5%	27.2%
Genormaliseerde Effectieve Aanslagvoet exclusief aanpassing aan marktwaarde	26.5%	26.3%	28.1%	27.5%

De daling van onze genormaliseerde EAV exclusief marktwaardewinsten en -verliezen gekoppeld aan de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's in 3Q22 in vergelijking met 3Q21 en de daling in 9M22 in vergelijking met 9M21 houdt vooral verband met de landenmix.

<b>Tabel 10. Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten (miljoen USD)</b>				
	<b>3Q21</b>	<b>3Q22</b>	<b>9M21</b>	<b>9M22</b>
<b>Winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten</b>	<b>250</b>	<b>1 433</b>	<b>2 708</b>	<b>3 126</b>
Netto-impact van niet-onderliggende opbrengsten/(kosten) op de winst	752	195	1 218	1 363
<b>Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten</b>	<b>1 002</b>	<b>1 629</b>	<b>3 926</b>	<b>4 489</b>
<b>Onderliggende winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten</b>	<b>1 699</b>	<b>1 682</b>	<b>4 290</b>	<b>4 354</b>

## Basis-, genormaliseerde en onderliggende WPA

<b>Tabel 11. Winst per aandeel (USD)</b>				
	<b>3Q21</b>	<b>3Q22</b>	<b>9M21</b>	<b>9M22</b>
<b>Basiswinst per aandeel</b>	<b>0.12</b>	<b>0.71</b>	<b>1.35</b>	<b>1.55</b>
Netto-impact van niet-onderliggende opbrengsten/(kosten) op de winst	0.38	0.09	0.61	0.68
<b>Genormaliseerde WPA</b>	<b>0.50</b>	<b>0.81</b>	<b>1.96</b>	<b>2.23</b>
<b>Onderliggende winst per aandeel</b>	<b>0.85</b>	<b>0.84</b>	<b>2.14</b>	<b>2.16</b>
Gewogen gemiddeld aantal gewone en beperkte aandelen (miljoen)	2 006	2 012	2 006	2 012

<b>Tabel 12. Belangrijkste drijfveren van de genormaliseerde &amp; onderliggende WPA (USD)</b>				
	<b>3Q21</b>	<b>3Q22</b>	<b>9M21</b>	<b>9M22</b>
<b>Genormaliseerde EBIT exclusief hyperinflatie</b>	<b>2.01</b>	<b>2.02</b>	<b>5.40</b>	<b>5.58</b>
Hyperinflatie impact op genormaliseerde EBIT	-	-0.01	-0.02	-0.03
<b>Genormaliseerde EBIT</b>	<b>2.01</b>	<b>2.02</b>	<b>5.38</b>	<b>5.55</b>
Aanpassing aan marktwaarde (afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's)	-0.34	-0.04	-0.17	0.04
Netto financiële kosten	-0.61	-0.65	-1.80	-1.87
Belastingen	-0.37	-0.36	-1.01	-1.01
Geassocieerde deelnemingen & minderheidsbelangen	-0.19	-0.15	-0.45	-0.48
<b>Genormaliseerde WPA</b>	<b>0.50</b>	<b>0.81</b>	<b>1.96</b>	<b>2.23</b>
Aanpassing aan marktwaarde (afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's)	0.34	0.04	0.17	-0.04
Hyperinflatie impact op WPA	0.01	-0.01	0.01	-0.03
<b>Onderliggende WPA</b>	<b>0.85</b>	<b>0.84</b>	<b>2.14</b>	<b>2.16</b>
Gewogen gemiddeld aantal gewone en beperkte aandelen (miljoen)	2 006	2 012	2 006	2 012

## Reconciliatie van winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten en genormaliseerde EBITDA

Tabel 13. Reconciliatie van genormaliseerde EBITDA en winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten (miljoen USD)				
	3Q21	3Q22	9M21	9M22
<b>Winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten</b>	<b>250</b>	<b>1 433</b>	<b>2 708</b>	<b>3 126</b>
Minderheidsbelangen	444	392	1 061	1 174
<b>Winst</b>	<b>695</b>	<b>1 825</b>	<b>3 768</b>	<b>4 299</b>
Belastingen	679	688	1 910	1 933
Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen	-73	-81	-174	-210
Niet-onderliggend aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen	-	-	-	1 143
Netto financiële (opbrengsten)/kosten	1 900	1 392	3 948	3 674
Niet-onderliggende netto financiële (opbrengsten)/kosten	747	65	1 046	51
Niet-onderliggende (opbrengsten)/kosten boven EBIT	73	165	290	270
<b>Genormaliseerde EBIT</b>	<b>4 020</b>	<b>4 055</b>	<b>10 788</b>	<b>11 160</b>
Afschrijvingen en bijzondere waardeverminderingen	1 194	1 259	3 539	3 736
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>5 214</b>	<b>5 313</b>	<b>14 327</b>	<b>14 896</b>

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 kosten, (vi) niet-onderliggende netto financiële 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.

## Toelichtingen

Teneinde het inzicht in de onderliggende prestaties van AB InBev te vergemakkelijken, steunen de groei analyses, 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. 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 de bekendmaking van de resultaten voor 3Q18, waarin we verslag uitbrachten over de impact van de hyperinflatie voor de eerste negen maanden van 2018, 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 maar afzonderlijk vermeld in de bijlagen in de kolom genaamd "Herformulering van de resultaten binnen het kader van hyperinflatie" voor het kwartaal en in de kolom "Wisselkoerseffect" voor het jaar tot op heden. In 9M22 rapporteerden we een positieve impact op de winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev van 52 miljoen USD. De impact op de genormaliseerde winst per aandeel was 0.03 USD in 9M22. De optelling van cijfers in de tabellen en bijlagen kan soms leiden tot afrondingsverschillen. De winst per aandeel voor 3Q22 en 9M22 is gebaseerd op een gewogen gemiddelde van 2 012 miljoen aandelen, vergeleken met een gewogen gemiddelde van 2 006 miljoen aandelen voor 3Q21 en 9M21.

### 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 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 18 maart 2022. Vele van die risico's en onzekerheden worden en zullen worden verergerd door de COVID-19-pandemie en het huidige conflict in Rusland en Oekraïne 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 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, 7, 9, 10 en 13 van dit persbericht vermelde financiële gegevens voor het derde kwartaal van 2022 (3Q22) en de eerste negen maanden van 2022 (9M22) zijn ontleend aan de niet-geauditeerde verkorte geconsolideerde tussentijdse financiële staten van de groep op datum van en voor de periode van negen maanden eindigend op 30 september 2022; 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 uit tabel 6, 8, 11 en 12 zijn ontleend uit de onderliggende financiële staten op datum van en voor de periode van negen maanden eindigend op 30 september 2022 (met uitzondering van de volume-informatie). Verwijzingen in dit document naar de inhoud van een van onze websites, zoals [www.bees.com](http://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 27 oktober 2022:

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

#### Registratiegegevens:

Webcast (enkel luisteren):

[Webcast Resultaten AB InBev 3Q & 9M22](#)

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

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](mailto:shaun.fullalove@ab-inbev.com)

##### Maria Glukhova

Tel: +32 16 276 888

E-mail: [maria.glukhova@ab-inbev.com](mailto:maria.glukhova@ab-inbev.com)

##### Cyrus Nentin

Tel: +1 646 746 9673

E-mail: [cyrus.nentin@ab-inbev.com](mailto:cyrus.nentin@ab-inbev.com)

#### Media

##### Kate Laverge

Tel: +1 917 940 7421

E-mail: [kate.laverge@ab-inbev.com](mailto:kate.laverge@ab-inbev.com)

##### Ana Zenatti

Tel: +1 646 249 5440

E-mail: [ana.zenatti@ab-inbev.com](mailto:ana.zenatti@ab-inbev.com)

##### Fallon Buckelew

Tel: +1 310 592 6319

E-mail: [fallon.buckelew@ab-inbev.com](mailto: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). 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 brouwergoed 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 169 000 medewerkers in bijna 50 landen wereldwijd. In 2021 bedroeg de gerapporteerde opbrengst van AB InBev 54.3 miljard USD (exclusief joint ventures en geassocieerde ondernemingen).

## Bijlage 1

<b>AB InBev Wereldwijd</b>	<b>3Q21</b>	<b>Scope</b>	<b>Wisselkoers-effect</b>	<b>Geherformuleerd voor hyperinflatie</b>	<b>Interne groei</b>	<b>3Q22</b>	<b>Interne groei</b>
Volumes (duizend hls)	151 629	-	-	-	5 655	157 284	3.7%
waarvan AB InBev eigen bieren	131 354	1 885	-	-	4 557	137 796	3.4%
<b>Opbrengsten</b>	<b>14 274</b>	<b>-118</b>	<b>-966</b>	<b>193</b>	<b>1 708</b>	<b>15 091</b>	<b>12.1%</b>
Kostprijs verkochte goederen	-6 039	3	462	-81	-1 205	-6 860	-20.0%
<b>Brutowinst</b>	<b>8 236</b>	<b>-115</b>	<b>-504</b>	<b>112</b>	<b>503</b>	<b>8 232</b>	<b>6.2%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-4 379	111	311	-49	-341	-4 347	-8.0%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	163	-1	-12	6	14	170	8.1%
Genormaliseerde EBIT	4 020	-5	-206	69	176	4 055	4.4%
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>5 214</b>	<b>-12</b>	<b>-302</b>	<b>76</b>	<b>337</b>	<b>5 313</b>	<b>6.5%</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	36.5%					35.2%	-183 bps

<b>Noord-Amerika</b>	<b>3Q21</b>	<b>Scope</b>	<b>Wisselkoers-effect</b>	<b>Geherformuleerd voor hyperinflatie</b>	<b>Interne groei</b>	<b>3Q22</b>	<b>Interne groei</b>
Volumes (duizend hls)	28 137	1	-	-	-362	27 775	-1.3%
<b>Opbrengsten</b>	<b>4 342</b>	<b>-</b>	<b>-23</b>	<b>-</b>	<b>122</b>	<b>4 442</b>	<b>2.8%</b>
Kostprijs verkochte goederen	-1 625	-2	8	-	-180	-1 800	-11.1%
<b>Brutowinst</b>	<b>2 717</b>	<b>-2</b>	<b>-15</b>	<b>-</b>	<b>-58</b>	<b>2 642</b>	<b>-2.1%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-1 189	-22	8	-	61	-1 142	5.1%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	16	3	-	-	-13	6	-70.3%
Genormaliseerde EBIT	1 544	-22	-6	-	-11	1 506	-0.7%
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>1 743</b>	<b>-21</b>	<b>-7</b>	<b>-</b>	<b>-29</b>	<b>1 686</b>	<b>-1.6%</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	40.1%					37.9%	-174 bps

<b>Midden-Amerika</b>	<b>3Q21</b>	<b>Scope</b>	<b>Wisselkoers-effect</b>	<b>Geherformuleerd voor hyperinflatie</b>	<b>Interne groei</b>	<b>3Q22</b>	<b>Interne groei</b>
Volumes (duizend hls)	35 591	19	-	-	1 705	37 314	4.8%
<b>Opbrengsten</b>	<b>3 163</b>	<b>-13</b>	<b>-66</b>	<b>-</b>	<b>490</b>	<b>3 574</b>	<b>15.5%</b>
Kostprijs verkochte goederen	-1 117	6	27	-	-311	-1 395	-28.0%
<b>Brutowinst</b>	<b>2 047</b>	<b>-7</b>	<b>-39</b>	<b>-</b>	<b>179</b>	<b>2 180</b>	<b>8.8%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-759	4	15	-	-139	-880	-18.4%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	5	-	-	-	-2	3	-
Genormaliseerde EBIT	1 292	-3	-24	-	38	1 303	2.9%
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>1 572</b>	<b>-3</b>	<b>-29</b>	<b>-</b>	<b>91</b>	<b>1 631</b>	<b>5.8%</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	49.7%					45.6%	-421 bps

<b>Zuid Amerika</b>	<b>3Q21</b>	<b>Scope</b>	<b>Wisselkoers-effect</b>	<b>Geherformuleerd voor hyperinflatie</b>	<b>Interne groei</b>	<b>3Q22</b>	<b>Interne groei</b>
Volumes (duizend hls)	39 399	106	-	-	1 140	40 644	2.9%
<b>Opbrengsten</b>	<b>2 459</b>	<b>33</b>	<b>-459</b>	<b>193</b>	<b>661</b>	<b>2 887</b>	<b>27.0%</b>
Kostprijs verkochte goederen	-1 291	-11	219	-81	-359	-1 522	-27.9%
<b>Brutowinst</b>	<b>1 168</b>	<b>22</b>	<b>-240</b>	<b>112</b>	<b>302</b>	<b>1 364</b>	<b>26.0%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-705	-40	132	-49	-192	-854	-26.2%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	48	-4	-3	6	17	64	32.1%
Genormaliseerde EBIT	511	-22	-112	69	128	574	26.4%
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>716</b>	<b>-22</b>	<b>-148</b>	<b>76</b>	<b>172</b>	<b>795</b>	<b>25.0%</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	29.1%					27.5%	-41 bps

EMEA	3Q21	Scope	Wisselkoers-effect	Geherformuleerd		3Q22	Interne groei
				voor hyperinflatie	Interne groei		
Volumes (duizend hls)	22 124	24	-	-	1 576	23 724	7.1%
<b>Opbrengsten</b>	<b>2 136</b>	<b>-63</b>	<b>-272</b>	-	<b>310</b>	<b>2 110</b>	<b>14.9%</b>
Kostprijs verkochte goederen	- 984	-3	141	-	-219	-1 065	-22.1%
<b>Brutowinst</b>	<b>1 152</b>	<b>-66</b>	<b>-132</b>	-	<b>91</b>	<b>1 045</b>	<b>8.4%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-704	67	90	-	-79	-627	-12.3%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	58	1	-7	-	-2	50	-4.1%
Genormaliseerde EBIT	506	1	-49	-	10	468	1.9%
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>754</b>	<b>-7</b>	<b>-83</b>	-	<b>79</b>	<b>744</b>	<b>10.6%</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	35.3%					35.3%	-135 bps

Azië-Pacific	3Q21	Scope	Wisselkoers-effect	Geherformuleerd		3Q22	Interne groei
				voor hyperinflatie	Interne groei		
Volumes (duizend hls)	26 020	1	-	-	1 589	27 610	6.1%
<b>Opbrengsten</b>	<b>1 901</b>	<b>-27</b>	<b>-131</b>	-	<b>132</b>	<b>1 876</b>	<b>7.1%</b>
Kostprijs verkochte goederen	-825	-1	59	-	-121	-889	-14.7%
<b>Brutowinst</b>	<b>1 076</b>	<b>-28</b>	<b>-72</b>	-	<b>11</b>	<b>987</b>	<b>1.1%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-603	26	39	-	-11	-549	-1.9%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	28	-	-2	-	10	36	35.0%
Genormaliseerde EBIT	500	-2	-35	-	10	474	1.9%
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>673</b>	<b>-2</b>	<b>-45</b>	-	<b>11</b>	<b>638</b>	<b>1.7%</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	35.4%					34.0%	-180 bps

Globale Export en Holdingmaatschappijen	3Q21	Scope	Wisselkoers-effect	Geherformuleerd		3Q22	Interne groei
				voor hyperinflatie	Interne groei		
Volumes (duizend hls)	360	-150	-	-	8	217	3.7%
<b>Opbrengsten</b>	<b>272</b>	<b>-47</b>	<b>-16</b>	-	<b>-7</b>	<b>202</b>	<b>-3.2%</b>
Kostprijs verkochte goederen	-196	14	8	-	-14	-189	-7.9%
<b>Brutowinst</b>	<b>76</b>	<b>-33</b>	<b>-8</b>	-	<b>-22</b>	<b>14</b>	<b>-50.2%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-418	76	27	-	19	-296	5.3%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	7	-	-	-	5	12	64.3%
Genormaliseerde EBIT	-334	43	19	-	2	-270	0.7%
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>-245</b>	<b>43</b>	<b>10</b>	-	<b>12</b>	<b>-181</b>	<b>5.3%</b>

## Bijlage 2

<b>AB InBev Wereldwijd</b>	<b>9M21</b>	<b>Scope</b>	<b>Wisselkoers-effect</b>	<b>Interne groei</b>	<b>9M22</b>	<b>Interne groei</b>
Volumes (duizend hls)	432 027	-	-	14 331	446 358	3.3%
waarvan AB InBev eigen bieren	378 989	- 7	-	10 506	389 488	2.8%
<b>Opbrengsten</b>	<b>40 106</b>	<b>-346</b>	<b>-1 215</b>	<b>4 573</b>	<b>43 118</b>	<b>11.5%</b>
Kostprijs verkochte goederen	-17 001	6	573	-3 222	-19 644	-19.0%
<b>Brutowinst</b>	<b>23 105</b>	<b>-340</b>	<b>-641</b>	<b>1 351</b>	<b>23 475</b>	<b>5.9%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-12 950	324	433	-771	-12 963	-6.1%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	633	-19	-8	42	648	9.9%
Genormaliseerde EBIT	10 788	-35	-216	622	11 160	5.9%
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>14 327</b>	<b>-56</b>	<b>-361</b>	<b>986</b>	<b>14 896</b>	<b>7.0%</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	35.7%				34.5%	-143 bps

<b>Noord-Amerika</b>	<b>9M21</b>	<b>Scope</b>	<b>Wisselkoers-effect</b>	<b>Interne groei</b>	<b>9M22</b>	<b>Interne groei</b>
Volumes (duizend hls)	81 389	1	-	-2 166	79 223	-2.7%
<b>Opbrengsten</b>	<b>12 382</b>	<b>-</b>	<b>-40</b>	<b>293</b>	<b>12 634</b>	<b>2.4%</b>
Kostprijs verkochte goederen	-4 705	-8	15	-450	-5 149	-9.6%
<b>Brutowinst</b>	<b>7 677</b>	<b>-8</b>	<b>-26</b>	<b>-158</b>	<b>7 486</b>	<b>-2.1%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-3 539	-24	15	126	-3 421	3.6%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	31	9	-	-6	34	-15.6%
Genormaliseerde EBIT	4 169	-23	-11	-38	4 098	-0.9%
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>4 756</b>	<b>-21</b>	<b>-13</b>	<b>-62</b>	<b>4 660</b>	<b>-1.3%</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	38.4%				36.9%	-137 bps

<b>Midden-Amerika</b>	<b>9M21</b>	<b>Scope</b>	<b>Wisselkoers-effect</b>	<b>Interne groei</b>	<b>9M22</b>	<b>Interne groei</b>
Volumes (duizend hls)	103 570	41	-	5 727	109 338	5.5%
<b>Opbrengsten</b>	<b>9 057</b>	<b>-40</b>	<b>-173</b>	<b>1 424</b>	<b>10 267</b>	<b>15.8%</b>
Kostprijs verkochte goederen	-3 171	15	67	-930	-4 020	-29.5%
<b>Brutowinst</b>	<b>5 885</b>	<b>-25</b>	<b>-106</b>	<b>493</b>	<b>6 248</b>	<b>8.4%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-2 336	18	40	-234	-2 511	-10.1%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	9	-	1	-19	-9	-
Genormaliseerde EBIT	3 558	-6	-65	240	3 728	6.8%
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>4 397</b>	<b>-6</b>	<b>-76</b>	<b>377</b>	<b>4 691</b>	<b>8.6%</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	48.5%				45.7%	-303 bps

<b>Zuid Amerika</b>	<b>9M21</b>	<b>Scope</b>	<b>Wisselkoers-effect</b>	<b>Interne groei</b>	<b>9M22</b>	<b>Interne groei</b>
Volumes (duizend hls)	111 327	257	-	5 875	117 459	5.3%
<b>Opbrengsten</b>	<b>6 605</b>	<b>85</b>	<b>-259</b>	<b>1 789</b>	<b>8 220</b>	<b>27.1%</b>
Kostprijs verkochte goederen	-3 382	-23	123	-1 034	-4 315	-30.6%
<b>Brutowinst</b>	<b>3 223</b>	<b>62</b>	<b>-135</b>	<b>755</b>	<b>3 905</b>	<b>23.3%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-1 960	-100	72	-476	-2 463	-23.4%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	336	-29	3	67	376	55.8%
Genormaliseerde EBIT	1 599	-67	-60	345	1 818	26.2%
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>2 163</b>	<b>-67</b>	<b>-89</b>	<b>454</b>	<b>2 461</b>	<b>24.1%</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	32.7%				29.9%	-64 bps

<b>EMEA</b>	<b>9M21</b>	<b>Scope</b>	<b>Wisselkoers-effect</b>	<b>Interne groei</b>	<b>9M22</b>	<b>Interne groei</b>
Volumes (duizend hls)	62 665	53	-	3 968	66 686	6.3%
<b>Opbrengsten</b>	<b>5 899</b>	<b>-188</b>	<b>-519</b>	<b>858</b>	<b>6 050</b>	<b>15.0%</b>
Kostprijs verkochte goederen	-2 781	-8	264	-542	-3 066	-19.4%
<b>Brutowinst</b>	<b>3 118</b>	<b>-196</b>	<b>-254</b>	<b>316</b>	<b>2 984</b>	<b>10.8%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-2 200	194	186	-149	-1 968	-7.4%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	151	2	-13	-2	138	-1.3%
Genormaliseerde EBIT	1 069	-	-81	166	1 154	15.5%
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>1 815</b>	<b>-24</b>	<b>-147</b>	<b>293</b>	<b>1 936</b>	<b>16.4%</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	30.8%				32.0%	36 bps

<b>Azië-Pacific</b>	<b>9M21</b>	<b>Scope</b>	<b>Wisselkoers-effect</b>	<b>Interne groei</b>	<b>9M22</b>	<b>Interne groei</b>
Volumes (duizend hls)	72 101	2	-	891	72 995	1.2%
<b>Opbrengsten</b>	<b>5 401</b>	<b>-81</b>	<b>-193</b>	<b>220</b>	<b>5 347</b>	<b>4.1%</b>
Kostprijs verkochte goederen	-2 381	-1	85	-247	-2 544	-10.4%
<b>Brutowinst</b>	<b>3 020</b>	<b>-82</b>	<b>-108</b>	<b>-27</b>	<b>2 803</b>	<b>-0.9%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-1 729	79	61	41	-1 548	2.5%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	91	-	-2	13	103	14.1%
Genormaliseerde EBIT	1 382	-3	-48	27	1 358	1.9%
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>1 915</b>	<b>-3</b>	<b>-62</b>	<b>20</b>	<b>1 870</b>	<b>1.1%</b>
Genormaliseerde EBITDA-marge	35.5%				35.0%	-106 bps

<b>Globale Export en Holdingmaatschappijen</b>	<b>9M21</b>	<b>Scope</b>	<b>Wisselkoers-effect</b>	<b>Interne groei</b>	<b>9M22</b>	<b>Interne groei</b>
Volumes (duizend hls)	975	-354	-	36	657	5.8%
<b>Opbrengsten</b>	<b>763</b>	<b>-122</b>	<b>-30</b>	<b>-10</b>	<b>601</b>	<b>-1.6%</b>
Kostprijs verkochte goederen	-582	31	19	-19	-551	-3.4%
<b>Brutowinst</b>	<b>182</b>	<b>-91</b>	<b>-11</b>	<b>-29</b>	<b>50</b>	<b>-32.0%</b>
Verkoopkosten, algemene kosten en administratie kosten	-1 187	156	58	-79	-1 052	-7.5%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	15	-	2	-10	7	-
Genormaliseerde EBIT	-990	65	49	-118	-995	-12.5%
<b>Genormaliseerde EBITDA</b>	<b>-718</b>	<b>65</b>	<b>27</b>	<b>-96</b>	<b>-722</b>	<b>-14.4%</b>