

COMMUNIQUE DE PRESSE

Interbrew : une croissance soutenue se confirme

Bruxelles, le 28 octobre 2002

Interbrew, *The World's Local Brewer®*, publie aujourd'hui les résultats des neuf premiers mois de l'année 2002. Ceux-ci confirment la croissance soutenue de ses activités. Par rapport à la même période de l'année dernière, la croissance globale des opérations courantes d'Interbrew, avant les coûts de restructuration au Royaume-Uni annoncés précédemment, a été persistante. Le volume a augmenté de +16,8% ; l'EBITDA de + 21,2% et l'EBIT de 16,5%.

La croissance organique de l'EBITDA pour le troisième trimestre était de +8,7%. Pour les neuf premiers mois de 2002, la croissance organique de l'EBITDA se maintient à +5,7%, comparée à 5,8% l'année dernière.

Résultats non audités des opérations courantes (*) pour les neufs premiers mois 2002

	9 mois fin 30 sept. 2002	9 mois fin 30 sept. 2001	Croissance %
Volume ⁽¹⁾	65,5	56,1	+16,8%
Chiffre d'affaire ⁽²⁾	5.238	4.467	+17,3%
EBITDA ⁽²⁾	1.119	923	+21,2%
EBIT ⁽²⁾	650	558	+16,5%

(*) comme ajustés pour Carling®/Bass® au Royaume-Uni, et avant coûts de restructuration de 61 millions d'euros au Royaume-Uni précédemment annoncés

(1) en millions d'hectolitres, excluant FEMSA (Mexico)

(2) en millions d'euros, chiffres consolidés suivant les règles de validation IAS

Répartition de la croissance totale des opérations courantes (*)

	Croissance organique	Modification des périmètres	Impact des devises	Croissance totale
Volume	1,8%	15,0%	N/A	+16,8%
Chiffre d'affaire	5,2%	13,4%	(1,3%)	+17,3%
EBITDA ⁽¹⁾	5,7%	17,0%	(1,5%)	+21,2%
EBIT ⁽¹⁾	5,8%	12,6%	(1,9%)	+16,5%

(*) comme ajustés pour Carling®/Bass® au Royaume-Uni, et avant coûts de restructuration de 61 millions d'euros au Royaume-Uni précédemment annoncés

(1) y compris 19 millions d'euros de frais uniques pour le lock-out au Canada.

Si l'on tient compte des chiffres « comme publié », le volume, l'EBITDA et l'EBIT présentent une diminution de respectivement -2,5%, -8,5% et -15,1%. Il faut tenir compte, dans la comparaison d'une année à l'autre, de l'impact des activités de Carling (vendue le 1 février 2002) qui sont incluses dans les résultats financiers de l'année 2001, ainsi que de la prise d'une provision pour les coûts de restructuration précédemment annoncés.

Résultats non audités, comme publié

	30 sept. 2002	30 sept. 2001	Croissance %
Volume ⁽¹⁾	66,6	68,3	(2,5%)
Chiffre d'affaire ⁽²⁾	5.231	5.488	(3.0%)
EBITDA ^{(2) (3)}	1.062	1.161	(8.5%)
EBIT ^{(2) (3)}	581	684	(15.1%)

⁽¹⁾ en millions d'hectolitres, excluant FEMSA (Mexico)

⁽²⁾ en millions d'euros, chiffres consolidés suivant règles de validation IAS

⁽³⁾ Y compris les frais de restructuration de 37,5 millions de livres sterling (61 millions euros) précédemment annoncés, liés à la sous-traitance des opérations de distribution secondaire au Royaume-Uni. Des frais de restructuration liés à l'optimisation de capacité en Europe de l'Ouest, tel qu'annoncé le 9 septembre 2002 seront inclus dans les comptes de fin d'année, en attendant les négociations avec les syndicats respectifs.

Croissance organique par région

Europe Occidentale

Globalement en Europe occidentale, un été plutôt frais a eu une incidence sur le marché de la bière. Malgré cela, Interbrew présente, pour les 9 premiers mois de l'année 2002, une croissance de ses volumes de +3% (comparée à +0,3% pour la même période en 2001). Interbrew a augmenté sa part de marché dans tous les marchés principaux. Une bonne performance en volumes et une politique de prix suppléant l'effet de l'inflation et combinées au contrôle des coûts, ont mené à une croissance importante de l'EBITDA et de l'EBIT. Stella Artois® continue sa croissance à deux chiffres au Royaume-Uni. Beck's® continue de surpasser ses concurrents en Allemagne avec son positionnement « premium ».

Les Amériques

De façon générale, le secteur brassicole en Amérique du Nord a continué à se fortifier. Globalement aux Amériques, Interbrew a vu ses volumes augmenter fortement. Aux États-Unis, Interbrew jouit d'une croissance en volume supérieure dans le segment des importations, avec des performances particulièrement fortes de Tecate® et de Stella Artois®. Une bonne évolution de volume et un contrôle strict des coûts ont contribué à la croissance de l'EBITDA et de l'EBIT. Les ventes de Rolling Rock® et de Beck's® ont progressé durant le troisième trimestre, avec des hausses respectivement de 5,4% et 4,4%.

Les marchés émergents

L'Europe Centrale a vu une bonne performance du portefeuille des marques d'Interbrew principalement en Croatie, en Hongrie et en République Tchèque. Ces prestations ont été compensées par une performance décevante en Bulgarie, où la guerre des prix s'est intensifiée.

En *Europe de l'Est*, le rouble et la hrivna ont souffert face à l'Euro.

En Russie, la croissance du marché s'est ralentie sensiblement en septembre. Par ailleurs les prestations de SUN Interbrew furent décevantes. En raison de son entrée tardive dans les segments d'emballage à forte croissance du PET et des cannettes, la société se concentre à construire sa distribution dans ces segments d'emballage. Cela prendra quelque temps à SUN Interbrew pour atteindre une part de marché raisonnable dans ces deux segments.

En Ukraine, Interbrew a maintenu sa position de leader du marché avec une croissance de volume de +5,3%.

Asie. En Corée du Sud, la croissance du secteur de la bière s'est ralentie mais chiffre toujours +3,5%, avec des volumes pour le troisième trimestre passant à des niveaux inférieurs à ceux de la même période de 2001. Interbrew a réussi à stabiliser ses opérations, avec un EBITDA pour les neuf premiers mois montrant une croissance continue.

En Chine, où le marché de la bière est amené à augmenter son rythme de consolidation, Interbrew a une opération concentrée dans la ville de Nanjing. Le redressement de la filiale s'est réalisé et sur les neuf premiers mois de l'année, Interbrew a réalisé une augmentation de volume de +66%.

Calendrier des événements principaux depuis le 1^{er} juillet 2002

- 9 août : Interbrew résout favorablement tous les problèmes légaux en suspens entre Labatt et Brascan.
- 4 septembre : Interbrew obtient de Diageo les droits de distribution de la Bass® Ale aux États-Unis. Ce qui représente plus de 25% de toutes les bières de luxe importées dans ce pays.
- 9 septembre : Interbrew met en application des initiatives de rationalisation dans son réseau industriel en Europe Occidentale. Ceci cadre dans une stratégie globale d'optimisation de la capacité de production et d'amélioration de la structure des coûts, en décidant de fermer l'usine de Breda (Pays-Bas) et de réduire la capacité de la brasserie de Manchester (Royaume-Uni).
- 18 septembre : l'OFT approuve la sous-traitance précédemment annoncée des opérations de distribution secondaire au Royaume-Uni à Tradeteam Limited.
- 19 septembre : Interbrew résout la grève dans sa brasserie au Monténégro.
- 11 octobre : Interbrew conclut un accord avec Rexam PLC pour la vente de Nienburger Glass GmbH pour un montant de 108 millions d'euros.
- 21 octobre : Interbrew renouvelle le contrat de licence de Stella Artois® avec Lion Breweries en Nouvelle-Zélande.

Perspectives

En excluant des circonstances imprévues, Interbrew est sur la bonne voie pour atteindre ses objectifs. On s'attend à ce que le CAPEX soit approximativement 500 millions euros pour toute l'année 2002. La société vise un bénéfice par action pour les activités courantes, avant goodwill et avant restructuration, de 1,50 euros pour l'année 2002, comme annoncé précédemment lors de la publication des résultats semestriels 2002. En excluant Carling®, vendu le 1^{er} février 2002, le bénéfice par action 2001 avant goodwill est de 1,26 euros. Ainsi l'objectif du bénéfice par action de 1,50 euros représente une augmentation de +19%.

Interbrew - *The World's Local Brewer®*

Interbrew, *The World's Local Brewer®*, est un élément consolidateur de premier plan dans l'industrie brassicole mondiale. Le société a son siège en Belgique et emploie plus de 37.000 personnes dans le monde entier. Interbrew *The World's Local Brewer®*, envisage de créer de solides plates-formes locales dans les principaux marchés brassicole du monde. Sur les marchés qu'elle exploite, la société Interbrew est respectueuse de l'héritage et de la tradition locale du secteur brassicole, elle aide les responsables locaux à développer leurs activités. La stratégie "*The World's Local Brewer®*", repose sur quatre piliers: tout d'abord renforcer les marques locales (dans un nombre de cas des leaders de marché comme Jupiler® en Belgique.) : ensuite introduire des marques internationales de prestige et de spécialité au nombre desquelles figurent Stella Artois®, Beck's®, Hoegaarden®, Leffe® et Bass® Ale. Enfin Interbrew apporte des règles professionnelles hors du commun à ces plates-formes locales et continue à développer les opérations locales à la fois sur le plan organique et via des acquisitions sélectives. Plus de 200 marques de bière d'Interbrew sont vendues dans plus de 120 pays à travers le monde. Visitez le site Internet www.interbrew.com pour plus d'informations sur Interbrew.

Informations complémentaires

Corneel Maes
Vice President Corporate Communication
Tel: +32-16-31-57-69
Mobile: +32-475-92-27-69
Fax: +32-16-31-59-69
E-mail: corneel.maes@interbrew.com

Patrick Verelst
Vice President Investor Relations
Tel: +32-16-31-55-41
Fax: +32-16-31-57-13
E-mail: patrick.verelst@interbrew.com