

*Communiqué de presse***Interbrew réalise une forte croissance interne en volume au cours du premier trimestre**

Bruxelles, le 27 avril 2004

Interbrew annonce qu'elle a enregistré un volume total de 20,6 millions d'hectolitres au premier trimestre de 2004, par rapport à un volume de 17 millions d'hectolitres pour la période correspondante de l'exercice précédent. La croissance interne du volume représente 1,9 million d'hectolitres, soit une progression de +11%. Ce résultat s'inscrit sur une large base géographique et est lié à des gains de part de marché sur des marchés clés.

En marge de cette croissance interne élargie, Interbrew se félicite particulièrement de la progression enregistrée à l'échelon international par ses deux marques de luxe mondiales, Stella Artois®, qui a progressé de plus de +9%, et Beck's®, qui réalise une croissance de plus de +19%.

Aux Etats-Unis, qui ont récemment été le centre de beaucoup d'efforts de la part d'Interbrew, le volume global est en hausse de +18%, mené par Stella Artois® qui poursuit sur sa lancée et a réalisé une croissance de plus de +75%. Grâce au lancement début janvier de la campagne publicitaire nationale intitulée « Life Beckons », les marques de Beck's® continuent aussi d'enregistrer des résultats positifs aux Etats-Unis, avec une croissance de loin supérieure à celle de la catégorie « Importation ».

En Russie et en Ukraine, la croissance en volume d'Interbrew reste exceptionnelle. Les taux de croissance les plus élevés sont à mettre à l'actif de sa marque de luxe locale Sibirskaya Korona®, de ses marques de luxe mondiales Beck's® et Stella Artois® ainsi que de sa marque multi-pays, Staropramen®.

Interbrew est une société cotée (INTB – Euronext) basée en Belgique. Ses origines remontent à 1366. De nos jours, elle est l'un des principaux brasseurs au monde. La stratégie d'Interbrew consiste à renforcer ses plates-formes locales par l'établissement de positions solides sur les principaux marchés brassicoles du monde. La croissance interne, une efficacité hors pair, des acquisitions stratégiques et la priorité donnée à ses consommateurs en sont les instruments. Forte d'un portefeuille de plus de 200 marques dont Beck's®, Stella Artois®, Leffe®, Hoegaarden®, Staropramen® et Bass®, Interbrew emploie près de 50.000 collaborateurs et déploie ses activités dans 21 pays sur le continent américain, en Europe et dans la zone Asie-Pacifique. En 2003, Interbrew a réalisé un chiffre d'affaires net de plus de 7 milliards d'euros.

Récemment, Interbrew et Companhia de Bebidas das Américas (AmBev), numéro 5 mondial, ont convenu de créer conjointement InterbrewAmBev, the World's Premier Brewer, avec une part de marché mondiale de 14%. Forte d'une couverture mondiale inégalée, la nouvelle entité occupe la première ou la deuxième place sur vingt marchés clés de la bière – soit davantage que tout autre brasseur. InterbrewAmBev prévoit d'articuler ses activités autour de ses trois marques phares mondiales : Beck's®, Brahma® et Stella Artois®.

La clôture de la combinaison InterbrewAmBev doit encore avoir lieu.

Visitez notre site internet www.interbrew.com pour plus d'information.

Informations complémentaires

Marianne Amssoms
Corporate Media Relations Director
Tel: +32-16-31-57-69
Fax: +32-16-31-59-69
E-mail: marianne.amssoms@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