

Communiqué de presse

Premier trimestre 2005 – volumes

Bruxelles, le 26 avril 2005

InBev a généré un volume total de 47,3 millions d'hectolitres au cours du premier trimestre 2005, ce qui représente une croissance interne du volume de 4,4% pour les activités brassicoles et de 2,9% pour les boissons rafraîchissantes, soit une progression de 4,1% par rapport à la même période de l'exercice précédent.

ZONE	Volume des bières	
	Volume (en million d'hectolitres)	Croissance interne (vs. 1Q2004)
Amérique du Nord	2,7	-4,2%
Amérique centrale et Amérique du Sud	18,2	+12,0%
Europe de l'Ouest	7,9	-6,9%
Europe centrale et Europe de l'Est	6,5	+4,4%
Asie-Pacifique	3,9	-2,4%
Exportations mondiales	0,4	+6,7%
TOTAL	39,6	+4,4%

La part de marché globale de la bière a progressé ou s'est maintenue sur plus de la moitié des plus importants marchés où InBev est active.

En Amérique du Nord, le marché américain a connu un ralentissement qui a occasionné un recul des volumes de 13,5%, partiellement atténué par la croissance de 0,9% des volumes au Canada. Le trimestre s'est clôturé sur une note positive, avec une croissance du volume pour la Zone de 3,9% en mars.

En Amérique centrale et du Sud, les volumes brassicoles ont progressé sur tous les marchés, à l'exception du Guatemala. Au Brésil, la part de marché de la bière a progressé de 3,0 pourcentage de points par rapport au premier trimestre 2004 pour atteindre 68,0%, et ce grâce à une croissance de 12,9% des volumes. Les pays hispanophones d'Amérique latine (pays HILA) ont généré une solide croissance interne des volumes de 9,5%.

En Europe de l'Ouest, les activités ont dû faire face à des défis, comme en témoigne le recul des volumes de 6,9%. La zone Benelux accuse une baisse de 5,6%. L'Allemagne, l'Italie, l'Espagne, l'Autriche et la Suisse perdent 4,5%. Au Royaume-Uni et en Irlande, le recul est de 8,1%.

En Europe centrale et de l'Est, la croissance globale des volumes brassicoles s'est établie à 4,4%, étayée par les solides performances de la Russie/Ukraine (+10,6%) qui coïncident avec une faible évolution des volumes dans les Balkans (-6,9%) et en Hongrie/Croatie/République tchèque (-5,0%).

En Asie-Pacifique, les volumes ont baissé de 17,3% en Chine mais nous maintenons une part de marché robuste dans les provinces où nous déployons nos activités. La baisse des volumes est partiellement compensée par la croissance de 2,9% des volumes en Corée du Sud. La zone Asie-Pacifique a enregistré une hausse globale des volumes de 0,6% en mars 2005 par rapport à mars 2004.

InBev est enchantée de l'évolution de ses trois marques phares à l'échelon mondial. Les volumes de Stella Artois® ont accusé une baisse de 4,6% (principalement due à l'apathie du marché britannique). En revanche, Beck's® a gagné 4,3% et Brahma® a progressé de plus de 17%, essentiellement grâce à la reconquête de la part de marché au Brésil. Le lancement mondial de Brahma® en mars 2005 va renforcer davantage les volumes de nos marques de luxe à l'avenir. Orchestré sept mois seulement après le rapprochement entre AmBev et Interbrew, cet événement marquant a pour ambition de faire connaître, tout au long de l'année 2005, la culture authentique brésilienne aux consommateurs dans plus de 15 pays.

Pour commenter les performances du premier trimestre, John Brock, CEO (directeur général), a déclaré :

« Nous sommes enthousiastes quant à la perspective de tirer parti des synergies en termes de volumes et de coûts dégagées à la suite du rapprochement entre AmBev et Interbrew et d'exploiter l'énorme potentiel du partage de savoir-faire au sein de l'ensemble de nos activités. Malgré des conditions de marché difficiles dans certains pays, la performance opérationnelle au cours du premier trimestre était conforme à notre objectif de réaliser une solide performance de l'EBITDA pour l'exercice 2005 ».

A propos d'InBev

InBev est une entreprise cotée en bourse (Euronext : INB) basée à Leuven, Belgique. Ses origines remontent à 1366. De nos jours, elle est le plus grand brasseur du monde en termes de volume. La stratégie d'InBev 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 Stella Artois®, Brahma®, Beck's®, Skol® - la troisième bière la plus vendue au monde - Leffe®, Hoegaarden®, Staropramen® et Bass®, InBev emploie quelque 77.000 collaborateurs et déploie ses activités dans plus de 30 pays sur le continent américain, en Europe et dans la zone Asie-Pacifique. En 2004, InBev a réalisé un chiffre d'affaires net de 8,57 milliards d'euros (y compris AmBev pour 4 mois).
Pour de plus amples informations, consultez notre site Internet www.InBev.com.

Informations complémentaires

Marianne Amssoms
Corporate Media Relations Director
Tel: +32-16-27-67-11
Fax: +32-16-50-67-11
E-mail: marianne.amssoms@inbev.com

Patrick Verelst
VP Investor Relations
Tel: +32-16-27-65-41
Fax: +32-16-50-65-41
E-mail: patrick.verelst@inbev.com