

# Communiqué de Presse

Bruxelles, le 10 mai 2007 – 1/9

## Un bon début d'année

InBev (Euronext : INB), le plus grand brasseur du monde, présentait aujourd'hui ses résultats du premier trimestre 2007 (1T07) :

- **Croissance solide des volumes de bières** : la croissance interne du volume des ventes de bières a atteint +6,7% au 1T07, d'année en année, supérieure à celle de l'industrie.
- **Croissance des produits à nouveau supérieure à la croissance des volumes** : les produits ont augmenté en interne de 8,9% durant le 1T07, grâce à la combinaison d'une croissance de volume et une augmentation des produits / hl de 1,7%, ou de +3,0% en éliminant l'impact du changement lié à la diversification géographique. Ceci est conforme à notre objectif d'augmenter davantage les produits par rapport aux volumes.
- **Le contrôle strict des coûts reste de mise** : les coûts des ventes (CdV) du premier trimestre sont restés sous contrôle rigoureux, augmentant seulement de 0,1% par hl, d'année en année, alors que la croissance des charges d'exploitation s'est limitée à 2,8% en interne. Comme en témoignent les résultats de ces derniers trimestres, la combinaison des avantages du programme VPO (Voyager Plant Optimization), de ZBB (Zero Based Budgeting) et d'efforts mieux coordonnés en matière d'achats, continue d'avoir un impact positif sur la structure des coûts, maintenant l'augmentation des coûts inférieure à l'inflation moyenne.
- **Croissance saine de l'EBITDA et des marges** : l'EBITDA normalisé s'est accru de 17,8% en interne, produisant ainsi une marge EBITDA de 31,5% au 1T07, comparé à 29,1% au 1T06, soit un accroissement de 236 points de base en interne. Les marges du premier trimestre ont augmenté suite à une croissance soutenue des volumes et des produits, un CdV par hl pratiquement inchangé, et une concentration constante sur la réduction des coûts non productifs de volumes.
- **Création soutenue de valeur ajoutée** : à l'exception de l'Europe de l'Ouest, toutes les Zones ont réalisé une croissance interne de l'EBITDA normalisé et un accroissement des marges au 1T07. A ce jour, InBev a également renforcé ses activités au Canada, en finalisant l'acquisition de Lakeport Breweries, et au Brésil, en accroissant sa capacité de production grâce à l'achat de Cintra.
- **Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'InBev** a augmenté de 44% en valeur absolue pour atteindre 283 millions d'euros.
- **Remboursement aux Actionnaires** : InBev a racheté pour un montant de 43 millions d'euros d'actions propres d'InBev pendant le premier trimestre, dans le cadre du programme de rachat d'actions propres pouvant atteindre 300 millions d'euros, en vigueur jusqu'en octobre 2007. En outre, le dividende par action a été augmenté de 50% comparé à l'année 2006, pour atteindre 0,72 euro, soit un dividende total de 441 millions d'euros.

# Communiqué de Presse

Bruxelles, le 10 mai 2007 – 2/9

	1T07	1T06	Croissance interne
Volumes totaux (en milliers d'hl)	59 034	50 101	7,1%
Volumes des bières	48 853	41 984	6,7%
Volumes des non bières	10 181	8 118	9,4%
Produits	3 051	2 793	8,9%
Marge brute	1 779	1 616	10,1%
EBITDA normalisé	962	812	17,8%
EBIT normalisé	708	569	23,7%
Bénéfice (normalisé) attribuable aux porteurs des capitaux propres d'InBev	283	196	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'InBev	280	166	
Bénéfice normalisé par action (euro)	0,46	0,32	
Bénéfice par action (euro)	0,46	0,27	
<b>Marges</b>			
Marge brute	58,3%	57,9%	66 bp
Marge EBITDA normalisée	31,5%	29,1%	236 bp
Marge EBIT normalisée	23,2%	20,4%	276 bp

Les chiffres du 1T07 d'InBev sont basés sur les états financiers consolidés non-audités, préparés conformément aux normes IFRS. Sauf indication contraire, les montants publiés s'entendent en millions d'euros. Afin de faciliter la compréhension de la performance sous-jacente d'InBev, les analyses relatives à la croissance, y compris tous les commentaires contenus dans le présent communiqué de presse, sauf indication contraire, sont basées sur des chiffres de croissance interne. En d'autres termes, les chiffres financiers sont analysés de manière à éliminer l'impact de change des monnaies étrangères sur la conversion des activités à l'étranger, et des scopes. Les scopes représentent l'impact des acquisitions et cessions, le lancement ou l'arrêt d'activités, ou le transfert d'activités entre secteurs. Dans le présent document, lorsque utilisé, le terme « normalisé(e) » se réfère aux indicateurs de performance (EBITDA, EBIT, Bénéfice, Bénéfice par Action - BPA) avant éléments non récurrents. On entend par éléments non récurrents les produits ou les charges qui ne sont pas encourus de façon régulière dans le cadre des activités courantes de l'entreprise. Ils sont présentés séparément car ils sont déterminants pour la compréhension de la continuité des performances et résultats sous-jacents de l'entreprise en raison de leur importance ou de leur nature. Les indicateurs de mesure normalisés sont des indicateurs additionnels utilisés par la direction et ne doivent pas remplacer les indicateurs conformes aux normes IFRS comme indicateurs de la performance de l'entreprise. Les valeurs indiquées dans les tableaux et annexes peuvent ne pas concorder exactement, en raison des arrondis. Le BPA est basé sur la moyenne pondérée des 612 millions d'actions ordinaires en circulation

# Communiqué de Presse

Bruxelles, le 10 mai 2007 – 3/9

## COMMENTAIRES DE LA DIRECTION

Les résultats du premier trimestre confirment la stratégie de l'entreprise d'assurer un contrôle des coûts cohérent, tout en consolidant sa capacité à développer et à augmenter les volumes et produits, par l'entremise de marques plus fortes, de l'innovation et de l'exécution des ventes.

Les marges du premier trimestre ont augmenté suite à une forte croissance de l'EBITDA, résultat d'une croissance solide des volumes, d'une amélioration des produits par hl, et le maintien des coûts de base sous contrôle. Les marges de **l'Amérique du Nord** ont subi l'impact du passage de nos marques d'importation européennes à Anheuser-Busch aux États-Unis en février; néanmoins, une forte discipline de coûts est maintenue afin d'assurer l'efficacité de nos activités. **L'Amérique latine Nord** a fourni un accroissement de marge additionnel en réalisant les objectifs en termes de produits et de résultat d'exploitation. **L'Amérique latine Sud** a réalisé à nouveau une très bonne performance grâce à la combinaison d'une forte augmentation des produits et d'une croissance limitée des coûts. **L'Europe de l'Ouest** a subi l'impact d'une augmentation attendue du coût des ventes et a presque réussi à compenser ces effets, grâce à une gestion stricte des coûts fixes. En **Europe centrale et de l'Est**, les marges ont augmenté suite à un important accroissement des volumes et en concentrant les augmentations de coût dans des secteurs considérés afin d'assurer à nouveau la croissance des volumes et des produits. Les marges dans la **Zone Asie-Pacifique** ont bénéficié d'une augmentation des volumes réalisée avec une diversification géographique à meilleure profitabilité, ainsi qu'une stricte gestion des coûts.

*"Ce premier trimestre confirme notre engagement à continuer de croître et d'asseoir nos activités sur les principes suivants : accroître les volumes au-delà de la croissance globale de l'industrie, accroître nos produits au-delà des volumes réalisés et maintenir nos coûts inférieurs à l'inflation. La marge EBITDA a continué d'accroître dans toutes les régions à l'exception de l'Europe de l'Ouest, où la croissance des volumes reste pour nous un défi. L'Amérique latine Nord, l'Amérique latine Sud et l'Europe centrale et de l'Est, ont toutes réalisé de très bonnes performances pendant ce trimestre", a déclaré Carlos Brito, CEO (Directeur général) d'InBev.*

## LA CROISSANCE DES VOLUMES POUR LE PREMIER TRIMESTRE REFLETE LA SOLIDITÉ DES MARCHÉS EN VOIE DE DÉVELOPPEMENT

	1T06	Scope	Croissance interne	1T07	Croissance interne
Amérique du Nord	2 859	-459	-56	2 344	-2,3%
Amérique latine Nord	23 126	0	1 293	24 419	5,6%
Amérique latine Sud	4 627	3 211	509	8 347	11,4%
Europe de l'Ouest	7 876	-217	-87	7 571	-1,1%
Europe centrale et de l'Est	7 180	0	1 627	8 807	22,7%
Asie-Pacifique	4 072	2 371	254	6 697	6,6%
Sociétés holdings et exportations globales	362	487	0	849	0,0%
<b>InBev au niveau mondial</b>	<b>50 101</b>	<b>5 394</b>	<b>3 539</b>	<b>59 034</b>	<b>7,1%</b>

Le volume total consolidé a progressé de +7,1% au 1T07 par rapport au 1T06 (bières +6,7% ; non bières +9,4%). Les ventes en Europe de l'Ouest et en Amérique du Nord ont été légèrement plus faibles, alors que les ventes ont été plus élevées dans toutes les autres Zones.

# Communiqué de Presse

Bruxelles, le 10 mai 2007 – 4/9

Les résultats enregistrés dans la Zone Amérique du Nord reflètent nos activités au Canada et celles des marques canadiennes aux États-Unis, ainsi que les résultats de janvier 2007 pour nos marques d'importation européennes aux États-Unis. A partir de février 2007, les résultats liés aux marques d'importation européennes sont incorporés dans le secteur Sociétés holdings et exportations globales à la suite de l'accord conclu avec Anheuser-Busch ("A-B") en qualité d'importateur exclusif de ces marques.

En Amérique du Nord, les livraisons pour le premier trimestre ont baissé de -2,3%. Les volumes réalisés au Canada ont baissé de -0,5%, ceci étant attribuable à des ventes moins importantes dans l'Ontario. Les livraisons aux grossistes aux États-Unis, y inclus les livraisons de janvier pour les marques d'importation européennes, ont baissé de -9,4%, ceci principalement à la suite d'une performance bien moindre réalisée au niveau de l'importation des marques européennes en janvier, avant la transition. Les ventes aux consommateurs pour nos affaires courantes aux États-Unis sont restées inchangées, d'année en année.

En ce qui concerne nos marques d'importation européennes aux États-Unis pour février et mars, de bons progrès sont réalisés par rapport au passage des droits de distribution vers le réseau de distribution aux grossistes d'A-B. Alors que, comme prévu, il existe un impact à court terme, nous sommes encouragés par le progrès déjà enregistré, et attendons une croissance de volume accélérée, allant de pair avec l'évolution du processus de transition.

En Amérique latine Nord (Brésil, République Dominicaine, Equateur, Guatemala, Pérou et Venezuela) les volumes ont progressé de +5,6% (bières +4,7% ; non bières +7,9%) au 1T07. Au Brésil, les volumes brassicoles ont augmenté de +5,1% réalisant une part de marché de 67,6%, comparé à 68,7% l'an dernier. Alors qu'une partie de cette diminution s'explique par l'impact de facteurs saisonniers sur les canaux de distribution ainsi que par la réaction prévue à l'introduction d'une augmentation de prix, la direction implémente des actions destinées à améliorer notre position de marché. Les volumes brassicoles ont diminué de -4,2% dans les marchés en dehors du Brésil, alors que nous continuons à implémenter nos plans destinés à développer une solide plate-forme sur des marchés très compétitifs.

Les pays du cône sud qui ensemble forment la Zone Amérique latine Sud (Argentine, Bolivie, Chili, Paraguay et Uruguay) ont enregistré un très bon résultat avec une croissance des volumes de +11,4% (bières +8,7% ; non bières + 15,9%), particulièrement entraîné par une croissance réalisée en Argentine, Bolivie et en Uruguay.

Les volumes ont baissé de -1,1% en Europe de l'Ouest pendant le premier trimestre résultant en une part de marché plus faible dans certains de nos marchés clés. Une diminution de -8,6% a été enregistrée au Royaume-Uni, alors que nos activités en Allemagne ont enregistré une diminution en volumes de -3,2%. Au Royaume-Uni et en Allemagne, à la fin de 2006, une augmentation d'activités ne s'est pas traduite sous forme de ventes plus élevées aux consommateurs, ce qui a entraîné un niveau d'inventaires plus important chez les clients. En Belgique, les volumes ont augmenté de +0,4%.

# Communiqué de Presse

Bruxelles, le 10 mai 2007 – 5/9

L'Europe centrale et de l'Est a à nouveau fait preuve d'une très forte croissance, avec des volumes en forte augmentation de +22,7%. La Russie et l'Ukraine ont augmenté respectivement de +22,4% et de +33,3%, comparé à une période faible l'an dernier, alors que presque toutes les activités opérationnelles en Europe centrale ont enregistré une augmentation des volumes, avec la Roumanie en hausse de plus de +40%. Des ventes estimées à 500 000 hl n'ont pas été réalisées au 1T06 à cause des températures extrêmes rencontrées principalement en Russie et en Ukraine. En tenant compte de cet impact, la croissance en volumes pour l'ensemble de la Zone aurait été de +15,8%.

Les volumes en Asie-Pacifique ont affiché une progression de +6,6% pour le premier trimestre. Les volumes pour l'ensemble de la Chine ont augmenté de +3,2%, malgré une forte période comparable et des conditions de marché hautement compétitives. En Corée du Sud, les volumes ont augmenté de +13,2%, comparé à la même période l'année passée, pendant laquelle les livraisons aux grossistes ont été négativement affectées par une réduction généralisée à l'industrie des niveaux d'inventaire dans le commerce.

## EVOLUTION DES MARQUES MONDIALES

Les volumes enregistrés par les marques mondiales d'InBev ont progressé de +1,4% pour le premier trimestre. Les volumes de **Brahma**<sup>®</sup> ont augmenté de +1,9%, entraînés par les résultats réalisés en Europe de l'Est et au Brésil. Les volumes de **Stella Artois**<sup>®</sup> ont diminué de -5,3%, sous l'effet d'une baisse au Royaume-Uni qui n'a pas été compensée par une croissance en Amérique latine et en Europe de l'Est. Les volumes de **Beck's**<sup>®</sup> ont augmenté de +6,9%, l'innovation continuant à stimuler la croissance en Europe de l'Ouest. Les volumes de **Leffe**<sup>®</sup> ont progressé de +11,4%, augmentation attribuable à une croissance soutenue en Europe de l'Ouest.

## COMPTE DE RESULTATS - 1T07

	1T06	Scope	Variation des devises	Croissance interne	1T07	Croissance interne
<b>Produits</b>	<b>2 793</b>	<b>125</b>	<b>-113</b>	<b>246</b>	<b>3 051</b>	<b>8,9%</b>
Coûts des ventes	-1 177	-52	39	-84	-1 273	-7,2%
<b>Marge brute</b>	<b>1 616</b>	<b>73</b>	<b>-73</b>	<b>162</b>	<b>1 779</b>	<b>10,1%</b>
Frais de distribution	-359	-6	16	-31	-381	-8,7%
Frais commerciaux et de marketing	-476	-18	13	-17	-497	-3,5%
Frais administratifs	-245	-5	6	17	-228	6,9%
Autres produits/charges d'exploitation	33	-1	-1	2	34	7,1%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents	569	43	-38	134	708	23,7%
Eléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	-41				-6	
Coûts financiers nets	-118				-136	
Impôts sur le résultat	-77				-101	
<b>Bénéfice</b>	<b>333</b>				<b>465</b>	
attribuable aux porteurs des capitaux propres d'InBev	166				280	
attribuable aux intérêts minoritaires	166				185	
<b>EBITDA normalisé</b>	<b>812</b>	<b>53</b>	<b>-46</b>	<b>143</b>	<b>962</b>	<b>17,8%</b>

Remarque : L'EBIT et l'EBITDA normalisés s'entendent comme étant l'EBIT et l'EBITDA avant éléments non récurrents. L'impact des éléments non récurrents durant le 1T07 était de -6 millions d'euros sur l'EBIT et de -6 millions d'euros sur l'EBITDA, par rapport à -41 millions d'euros sur l'EBIT et sur l'EBITDA pour le 1T06. Comme publié dans la publication des résultats pour l'année 2006, les éléments non récurrents pour le 1T06 et le 2T06 incluent une reclassification en vue d'être consistant avec le traitement non récurrent d'un élément similaire durant le 4T06.

# Communiqué de Presse

Bruxelles, le 10 mai 2007 – 6/9

**Produits** – Les produits consolidés ont atteint 3 051 millions d’euros, soit une croissance interne de 8,9% (ou 246 millions d’euros), d’année en année. L’objectif à long terme de l’entreprise d’accroître les produits par hl continue de produire des résultats, étant donné que toutes les Zones ont réalisé une croissance interne des produits par hl. Ceci est une conséquence des initiatives prises en matière de gestion des produits, y inclus le mix de marques, la croissance dans la distribution directe, et dans une certaine mesure, des ajustements de prix destinés à contrecarrer les effets de l’inflation dans certaines régions.

Les produits par hl ont augmenté de 1,7%, y inclus l’impact géographique lié au fait que les pays dont le rapport produits/hl, mesuré en euros, est inférieur, enregistrent une progression supérieure aux pays dont le rapport produits/hl est supérieur. En excluant cet impact, les produits/hl auraient augmenté de 3,0% en interne.

**Coûts des ventes (CdV)** – Les CdV consolidés se sont élevés à 1 273 millions d’euros au 1T07, soit une hausse de 7,2% (ou 84 millions d’euros). Les CdV par hl ont enregistré une très faible augmentation de 0,1%, soit sont quasiment inchangés en termes d’euros, d’année en année. En excluant l’impact résultant du fait que les pays avec un CdV/hl inférieur, mesuré en euros, connaissent une croissance plus rapide que ceux avec un CdV/hl supérieur, les CdV/hl auraient augmenté de 0,6% selon les estimations. Ceci prouve que l’approche de la gestion stricte des coûts de l’entreprise continue de contrecarrer l’inflation et les augmentations de prix des produits de base.

**Charges d’exploitation** – Les charges d’exploitation, comprenant les frais de distribution, les frais de commercialisation et de marketing, les frais d’administration et les autres produits/charges d’exploitation, d’un montant de 1 071 millions d’euros pour le 1T07, représentent une augmentation de 2,8% (ou 29 millions d’euros) comparé au 1T06.

Les frais de distribution ont augmenté de 31 millions d’euros (8,7%), similaires à la croissance des volumes. Les frais commerciaux et de marketing ont augmenté de 17 millions d’euros (3,5%), reflétant les efforts constants de l’entreprise de réduire les frais non productifs de volume et d’assurer l’allocation des dépenses appropriée dans les domaines entraînant une croissance des volumes et des produits. Les frais administratifs ont diminué de 17 millions d’euros (6,9%), à la suite d’un contrôle rigoureux des frais généraux pour l’ensemble du groupe.

Les autres produits/charges d’exploitation se sont améliorés de +2 millions d’euros durant le 1T07 par rapport au 1T06.

**EBITDA** – L’EBITDA normalisé pour le premier trimestre atteint 962 millions d’euros, soit une croissance de 17,8%, d’année en année (en hausse de 143 millions d’euros).

- L’EBITDA de l’Amérique du Nord s’est élevé à 73 millions d’euros (+0,4% / inchangé), reflétant un contrôle strict des coûts dans tous les domaines des activités restantes dans cette Zone.
- L’EBITDA de l’Amérique latine Nord s’est élevé à 550 millions d’euros (+13,0% / en hausse de 66 millions d’euros) suite aux fortes performances réalisées en termes de volumes et de produits ainsi qu’à une bonne gestion des coûts.
- L’EBITDA de l’Amérique latine Sud s’est élevé à 117 millions d’euros (+20,3% / en hausse de 13 millions d’euros) principalement suite aux bonnes performances en termes de volume et de produits.
- L’EBITDA de l’Europe de l’Ouest a diminué pour atteindre 98 millions d’euros (-2,2% / en baisse de 2 millions d’euros) à cause d’un bénéfice brut plus faible n’ayant pu être compensé complètement par une bonne gestion des coûts fixes.

# Communiqué de Presse

Bruxelles, le 10 mai 2007 – 7/9

- L'Europe centrale et de l'Est a généré un EBITDA de 55 millions d'euros (+56,1% / en hausse de 20 millions d'euros), principalement à la suite d'une forte croissance continue des volumes et produits, comparé à des résultats modérés au 1T06, et des premiers effets positifs du ZBB, donnant lieu à une gestion plus efficace des coûts fixes. Dû à un changement survenu au 4T06 au niveau des charges entre entités du groupe, l'EBITDA de la Zone au 1T07 a été réduit de quelques 8 millions d'euros. Ce montant est versé aux sociétés holdings et est neutre au niveau consolidé. Hormis cet impact, la croissance organique de l'EBITDA aurait été de 79,6%.
- L'EBITDA de la Zone Asie-Pacifique a augmenté pour atteindre 48 millions d'euros (+117,5% / en hausse de 21 millions d'euros), suite à une augmentation des livraisons en Corée du Sud, contre une faible période comparable, et essentiellement aucune croissance des coûts.
- L'EBITDA des Sociétés holdings et exportations globales a atteint à 21 millions d'euros (en hausse de 25 millions d'euros), principalement sous l'effet d'une structure des coûts plus réduite liée aux importations européennes aux Etats-Unis, suite à l'accord avec A-B en qualité d'importateur exclusif pour ce marché. L'organisation requise à partir de février 2007 pour supporter nos marques européennes aux Etats-Unis est nettement plus petite que celle de l'entité qui importait ces marques en 2006 (InBev USA). En conséquence de la meilleure structure des coûts, une croissance matérielle de l'EBITDA sera présentée durant l'année 2007.

La performance détaillée ci-dessus résulte en une marge EBITDA consolidée de 31,5% au 1T07, par rapport à 29,1% au 1T06. Cela se traduit par un accroissement de 246 points de base, dont 236 points de base ont été générés en interne (c'est-à-dire, en excluant l'impact des scopes, ainsi que l'impact de change positif des monnaies étrangères sur la conversion des activités à l'étranger). L'impact négatif des écarts de conversion des devises s'est élevé à 46 millions d'euros pour le 1T07 (contre un impact positif de 152 millions d'euros pour le 1T06).

**Bénéfice** – Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'InBev a atteint 283 millions d'euros (BPA normalisé de 0,46 euro) au 1T07, une croissance en valeur absolue de 44%. Le bénéfice reporté pour le premier trimestre était de 465 millions d'euros et comprenait les éléments suivants :

- *Coûts financiers nets* : 136 millions d'euros; les coûts financiers nets ont augmenté de 18 millions d'euros. Cette hausse est due aux charges d'intérêts plus élevées résultant d'emprunts entrepris afin de financer les transactions de Sedrin et de Quinsa et par des profits de change inférieurs.
- *Impôts sur le résultat* : 101 millions d'euros avec un taux d'imposition effectif de 17,8% (contre 18,8% pour le 1T06). Au Brésil, l'entreprise continue de bénéficier de l'impact de la déduction d'intérêts notionnels, et de l'effet de la déduction fiscale sur le goodwill résultant de la fusion entre InBev Holding Brésil et AmBev, en juillet 2005. Le taux d'imposition effectif a également évolué favorablement au 1T07 à la suite d'un audit fiscal favorable au Royaume-Uni. Pour l'ensemble de l'année 2007, le taux d'imposition effectif devrait se situer entre 20% et 22%.
- *Bénéfice attribuable aux actionnaires minoritaires* : 185 millions d'euros (166 millions d'euros pour le 1T06).

# Communiqué de Presse

Bruxelles, le 10 mai 2007 – 8/9

## PERSPECTIVE

Les objectifs d'InBev visant à obtenir une croissance interne des volumes supérieure à la croissance moyenne de l'industrie et une croissance des produits supérieure à celle des volumes, tout en maintenant une gestion des coûts stricte, restent d'actualité.

L'entreprise concentrera ses efforts afin de récolter l'intégralité des avantages de sa présence dans les marchés à croissance plus rapide, tout en prenant les actions qui s'imposent pour améliorer sa performance dans les marchés plus développés.

## Evénements récents

En date du 3 avril 2007, InBev a annoncé la décision d'AmBev d'étendre la période d'offre volontaire de rachat des actions restant en circulation de sa filiale Quilmes Industrial S.A. ("Quinsa") jusqu'au 19 avril 2007. AmBev a préparé un supplément de prospectus (le "Supplement") destiné à accompagner le prospectus principal de l'Offre (Offer Document) qui fut expédié à tous les Actionnaires et qui a été mis à disposition gratuitement sur les sites [www.sec.gov](http://www.sec.gov) et [www.ambev-ir.com](http://www.ambev-ir.com). Le 20 avril 2007, InBev a annoncé l'expiration de l'offre volontaire de rachat d'AmBev de toutes les actions restant en circulation de Quinsa, les conditions d'acceptation minimales de l'offre publique n'ayant pas été satisfaites. Par conséquent, aucunes actions n'ont été acquises.

# Communiqué de Presse

Bruxelles, le 10 mai 2007 – 9/9

## Agenda de la publication des résultats du premier trimestre 2007

Le 10 mai 2007

Conférence téléphonique et présentation des résultats du 1T07 destinées aux investisseurs

14h00 CET / 13h00 BST / 8h00 EST

Les détails complets relatifs à l'inscription sont disponibles sur le site [www.InBev.com](http://www.InBev.com)

## Annexes

Site Web InBev: [http://www.InBev.com/media/3\\_2\\_0\\_pressreleases.cfm](http://www.InBev.com/media/3_2_0_pressreleases.cfm)

- Informations sectorielles pour le premier trimestre 2007 (1T07)
- Informations sectorielles par trimestre de l'exercice 2006 (y inclus l'Amérique latine Nord et Sud)
- Réconciliation entre les chiffres préparés selon les normes comptables brésiliennes et les normes IFRS pour l'Amérique latine (1T07)

### A propos d'InBev

InBev est une entreprise cotée en bourse (Euronext : INB) basée à Leuven, Belgique. Ses origines remontent à 1366, et de nos jours, elle est le plus grand brasseur au monde. La stratégie d'InBev consiste à renforcer ses plates-formes locales, en réalisant et en acquérant de solides positions sur les principaux marchés brassicoles du monde par la mise en oeuvre d'une croissance interne, d'une efficacité hors pair de classe mondiale, d'une croissance externe ciblée et en donnant la priorité à ses consommateurs. InBev dispose d'un portefeuille de plus de 200 marques, dont Stella Artois®, Brahma®, Beck's®, Leffe® et Skol® - la troisième bière la plus vendue au monde. InBev emploie quelque 86.000 collaborateurs et déploie ses activités dans plus de 30 pays sur le continent américain, en Europe et dans la Zone Asie Pacifique. En 2006, InBev a réalisé des produits de 13,3 milliards d'Euros (EUR).

Pour de plus amples informations, consultez le site Internet [www.inbev.com](http://www.inbev.com).

## Contacts

Marianne Amssoms  
Vice President Global External Communications  
Tél: +32-16-27-67-11  
Fax: +32-16-50-67-11  
E-mail: [marianne.amssoms@inbev.com](mailto:marianne.amssoms@inbev.com)

Philip Ludwig  
Vice President Investor Relations  
Tél: +32-16-27-62-43  
Fax: +32-16-50-62-43  
E-mail: [philip.ludwig@inbev.com](mailto:philip.ludwig@inbev.com)

*Ce rapport contient certaines déclarations et indications de nature prévisionnelle qui reflètent l'opinion actuelle du management d'InBev en ce qui concerne, entre autres choses, notamment, les objectifs stratégiques d'InBev, ses perspectives commerciales, sa future situation financière, ses budgets, ses niveaux projetés de production, le montant projeté de ses coûts et les niveaux projetés de ses produits et bénéfices. Ces déclarations comportent des risques et des incertitudes. L'aptitude d'InBev à atteindre ces buts et objectifs dépend de nombreux facteurs qui, de par leur nature, sont extérieurs et échappent au contrôle du management. Dans certains cas, pour des mots comme « estimer », « envisager », « prévoir », « anticiper », « planifier », « cibler », « avoir l'intention de », l'indicatif futur et d'autres expressions similaires sont utilisés pour identifier des indications de nature prévisionnelle. Toutes déclarations et indications autres que l'évocation de faits historiques sont de nature prévisionnelle. Il y a lieu de ne pas se fier de manière excessive à ces indications de nature prévisionnelle. Par nature, des indications de nature prévisionnelle comportent des risques et des incertitudes, étant donné qu'elles sont le reflet de nos attentes et de nos hypothèses actuelles à propos d'événements et circonstances futurs qui peuvent ne pas s'avérer exacts. Les résultats réels pourraient, pour de nombreuses raisons, différer de manière significative de ceux escomptés dans les indications de nature prévisionnelle. InBev ne peut assurer que les résultats, le niveau d'activité, la performance ou les réalisations futurs d'InBev seront conformes aux attentes reflétées dans les indications de nature prévisionnelle.*