

Aanhoudende groei en marge-uitbreiding

InBev (Euronext: INB), 's werelds grootste brouwer in volume, heeft vandaag haar resultaten bekendgemaakt voor het eerste kwartaal van 2006 (1Q06):

- **Evenwichtige interne volumegroei:** interne groei van het volume van de bierverkoop met +5,4% in 1Q06 tegenover het eerste kwartaal van 2005 (1Q05), jaar op jaar. Met uitzondering van een beperkte volumedaling in West-Europa boekten alle Zones volumestijgingen, ondanks een moeilijke context in sommige markten; de volumegroei van de wereldwijde merken bedroeg +8,6%;
- **Opbrengstenbeheer blijft volumegroei steunen:** naast de stevige volumegroei kenden de opbrengsten een interne stijging met +7,8% jaar op jaar, dankzij doelgerichte initiatieven inzake opbrengstenbeheer zoals hogere volumes van de wereldwijde merken, die in totaal een interne toename met +1,5% van de opbrengst per hl jaar op jaar opleverden;
- **Controle van de kosten en uitgaven blijft een topprioriteit:** zowel de geconsolideerde kostprijs verkochte goederen (KVG) als de bedrijfskosten stegen minder snel dan de gemiddelde inflatie, terwijl we gefocust blijven op het invoeren van beste praktijken op elk niveau van de onderneming. De verdere uitvoering van ons programma Voyager Plant Optimization (VPO) kwam de KVG ten goede, terwijl Zero Based Budgeting (ZBB) op koers ligt om niet-verkoopgerelateerde euro's om te zetten in verkoopgerelateerde euro's in West-Europa en de uitgaven in Noord-Amerika, Latijns-Amerika en de wereldwijde hoofdzetel stevig onder controle te houden;
- **Marge-uitbreiding:** de genormaliseerde EBITDA-marge groeide tot 29,5% in 1Q06 tegenover 23,8% in 1Q05, een toename met +570 basispunten waarvan +365 basispunten intern, d.i. exclusief de impact van acquisities & desinvesteringen en de impact van wijzigingen in de wisselkoersen op de omrekening van buitenlandse activiteiten;
- De genormaliseerde winst, toerekenbaar aan de houders van eigen-vermogensinstrumenten van InBev, bedroeg 200 miljoen euro.

Tabel 1. Geconsolideerde resultaten (miljoen euro)

	1Q06	1Q05	Interne groei %
Volumes (duizend Hls)	50 101	47 304	6,2%
Biervolumes	41 984	39 587	5,4%
Frisdrankenvolumes	8 118	7 717	10,9%
Opbrengsten	2 793	2 273	7,8%
Brutowinst	1 616	1 244	11,4%
Genormaliseerde EBITDA	824	542	24,4%
Genormaliseerde EBIT	581	335	34,7%
Genormaliseerde toe te kennen winst aan de houders van InBev eigen-vermogensinstrumenten	200	75	
Toe te kennen winst aan de houders van InBev eigen-vermogensinstrumenten	166	58	
Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten) (euro)	0,33	0,13	
Winst per aandeel (euro)	0,27	0,10	
Marges			
Brutomarge	57,9%	54,7%	190 bp
Genormaliseerde EBIT marge	20,8%	14,7%	374 bp
Genormaliseerde EBITDA marge	29,5%	23,8%	365 bp

Brussel, 12 mei 2006 – 2 / 7

De 1Q06-cijfers van InBev zijn gebaseerd op de niet-geauditeerde geconsolideerde financiële staten opgesteld in overeenstemming met IFRS. Tenzij anders vermeld zijn de cijfers voorgesteld in miljoen euro. Om het inzicht in de onderliggende prestaties van InBev te vergemakkelijken steunen de groeianalyses, inclusief alle toelichtingen in dit persbericht en behoudens andersluidende vermelding, op interne 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, acquisities of desinvesteringen en transfers tussen de Zones. Telkens wanneer de term 'genormaliseerd' in dit document wordt gebruikt, verwijst hij naar de prestatie-indicatoren (EBITDA, EBIT, winst, winst per aandeel) vóór eenmalige items. Eenmalige items zijn opbrengsten of kosten die zich niet regelmatig voordoen als onderdeel van de normale activiteiten van de onderneming. Ze worden afzonderlijk voorgesteld, aangezien ze belangrijk zijn voor een goed begrip van de onderliggende resultaten van de onderneming door hun omvang of hun aard. InBev gelooft dat het bekendmaken en toelichten van genormaliseerde cijfers voor de lezers van haar financiële staten essentieel zijn om de duurzame prestaties van InBev volledig te begrijpen. Genormaliseerde cijfers zijn aanvullende cijfers die het management gebruikt en mogen niet dienen ter vervanging van de cijfers bepaald in overeenstemming met IFRS als indicator van de prestatie van de onderneming. De optelling van cijfers in de tabellen en bijlagen kan soms leiden tot afrondingsverschillen.

KOMMENTAREN VAN HET MANAGEMENT

InBev's geografische spreiding en de consequente uitvoering van haar langetermijnstrategie blijven resultaten opleveren.

Latijns-Amerika was alweer goed voor een heel gezond kwartaal op basis van opbrengstengroei en kostencontrole. We blijven inspanningen leveren om de belangrijke groei-uitdagingen aan te gaan en efficiëntieprogramma's uit te voeren in **Noord-Amerika** en **West-Europa**. Dit heeft geleid tot een uitbreiding van de EBITDA-marge en maakt de weg vrij voor winstgevendende activiteiten op lange termijn. In **Centraal- & Oost-Europa** daalde onze rentabiliteit in 1Q06, gemeten als EBITDA, jaar op jaar. Dit is het gevolg van aanzienlijk lagere volumes in Rusland en Oekraïne in januari, door het buitengewoon koude weer. De prestaties van InBev in **Azië** werden negatief beïnvloed door een sterke daling van de verkochte volumes in Zuid-Korea, als gevolg van een verplichte verlaging van de handelsvoorraden. De beduidend hogere volumes in China, waar de marges veel kleiner zijn dan in Zuid-Korea, en de goede kostencontrole konden de lagere volumes in Zuid-Korea niet volledig goedmaken.

'We blijven vooruitgang boeken in ons streven om van Grootste naar Beste te evolueren. Er wachten ons nog uitdagingen en de prestaties in de verschillende Zones kunnen om specifieke redenen variëren. Niettemin bewijzen de resultaten voor 1Q06 eens te meer dat we operationeel gezien op de goede weg zijn. Voorts blijven we ons richten op het creëren van een sterke cultuur van persoonlijke verantwoordelijkheid door duidelijke doelstellingen te bepalen en de verwezenlijking ervan te koppelen aan ons nieuw beloningsplan', verklaarde Carlos Brito, CEO (Algemeen Directeur) van InBev.

EVENWICHTIGE INTERNE VOLUME GROEI

Tabel 2. Volumes (000 hl)

	1Q05	Acquis. / Desinv.	Interne groei	1Q06	Interne groei %
Noord-Amerika	2 711	0	148	2 859	5,4%
Latijns-Amerika	24 938	566	2 249	27 753	9,0%
West-Europa	8 536	-622	-38	7 876	-0,5%
Centraal- en Oost Europa	6 815	114	251	7 180	3,7%
Azië	3 900	-92	264	4 072	6,9%
Holdingmaatschappijen en globale export	405	-62	19	362	5,5%
Wereldwijd	47 304	-95	2 892	50 101	6,2%

Het totale geconsolideerde volume groeide met +6,2% in 1Q06 tegenover 1Q05 (bier +5,4%; frisdranken +10,9%).

Brussel, 12 mei 2006 – 3 / 7

In Noord-Amerika stegen onze volumes met +5,4%. De in de VS geleverde volumes gingen vooruit met +10,4%, terwijl de verkopen aan consumenten in de VS stegen met +3,9%, steunend op Europese en Canadese merken. De volumegroei in Canada bedroeg +1,0%, wat leidde tot een lager marktaandeel tegen een achtergrond van behoorlijke groei van de industrie. Het management voert momenteel actieplannen uit om de opbrengsten te verhogen zonder echter de gezondheid op lange termijn van de activiteiten in gevaar te brengen door kortetermijnacties.

In Latijns-Amerika bleef het volume sterk groeien met +9,0% (bier +6,7%; frisdranken +15,2%). In Brazilië stegen de biervolumes met +8,1%. In de rest van Latijns-Amerika bleven de volumes stabiel: de volumedaling met -15,1% in noordelijk Latijns-Amerika en Centraal-Amerika (Ecuador, Peru, Venezuela, Dominicaanse Republiek en Guatemala) werd volledig goedge maakt door een volumestijging met +4,1% in de landen van zuidelijk Latijns-Amerika die Quinsa beheert (Argentinië, Bolivia, Chili, Paraguay en Uruguay). Hoewel we ontgoocheld zijn over de negatieve volumeresultaten in sommige landen, blijven we werken aan de ontwikkeling op lange termijn van deze markten.

In West-Europa is het jaar traag van start gegaan. Onze volumes daalden met -0,5% in een markt die werd gekenmerkt door zwakkere volumes in het horecakanal. De volumes in België daalden met -1,7%, wat volledig te wijten is aan de povere prestaties in de horeca. Ook de activiteiten in het VK presteerden zwak in het horecasegment en de totale volumes daalden met -0,7%. De Duitse biervolumes daalden met -0,8%, hoewel Beck's® sterk bleef presteren dankzij de aanhoudende bijkomende volumes van Beck's Gold® en Beck's Green Lemon®. We zijn vastbesloten om het niveau van innovatie in deze markten te verbeteren. Tijdens het eerste kwartaal van 2006 hebben we in België nieuwe variëteiten van Jupiler®, Belle-Vue® en Leffe® op de markt gebracht, terwijl we in het VK begonnen zijn met het installeren van nieuwe tapinstallaties van Stella Artois®, die tot doel hebben ideale opdienkwaliteiten te creëren.

De verkoopvolumes in Centraal- en Oost-Europa stegen met +3,7%, terwijl de biervolumes een stijging met +7,8% lieten optekenen. Deze prestaties kwamen er ondanks uitzonderlijk koude temperaturen in het begin van het jaar, voornamelijk in Rusland en Oekraïne. Dit leidde tot een onderbreking in de bevoorrading: op sommige plaatsen in Rusland konden de vrachtwagens gedurende verschillende dagen in januari geen bier vervoeren. De frisdrankvolumes in Centraal- en Oost-Europa daalden met -91,1% jaar op jaar, als gevolg van de beslissing die we in 2005 hebben genomen om het frisdrankensegment in deze Zone te verlaten. Deze beslissing zal geen grote weerslag op de EBITDA hebben.

In Azië stegen de volumes met +6,9%: de heel sterke prestaties in China (+24,7%) werden gedeeltelijk tenietgedaan door een volumedaling met -16,4% in Zuid-Korea. Deze daling is vooral te wijten aan een initiatief van de regering om de voorraadniveaus in de sector te verminderen. Dit had een belangrijke impact tijdens het eerste kwartaal van 2006.

ONTWIKKELING VAN DE WERELDWIJDE MERKEN

InBev's wereldwijde merken kenden een volumegroei met +8,6% tijdens het eerste kwartaal, waarmee ze beter doen dan de stijging van InBev's geconsolideerde biervolume. De volumes van **Brahma**® stegen met +9,3%, met goede prestaties in Brazilië en Paraguay en eerste-jaarcumula's in Rusland, Peru en Chili. De volumes van **Stella Artois**® stegen met +5,5%, dankzij een sterke groei in Noord-Amerika en de aanhoudende ontwikkeling in Oost-Europa en Latijns-Amerika, waardoor de lagere volumes in het VK meer dan goed werden gemaakt. **Beck's**® liet een volumegroei van +10,2% optekenen en bleef profiteren van de goede prestaties in Duitsland en in de landen van Centraal-Europa. Het opnemen van **Leffe**® in het gamma van de wereldwijde merken zorgde voor verdere groei, aangezien de volumes van dit merk stegen met +10,9%, vooral in West-Europese markten.

RESULTATENREKENING

Tabel 3. Geconsolideerde resultatenrekening (miljoen euro)

	1Q05	Acquis. / Desinv.	Wisselkoers- effect	Interne groei	1Q06	Interne groei %
Opbrengsten	2 273	-1	346	174	2 793	7,8 %
Kostprijs verkochte goederen	-1 029	9	-124	-33	-1 177	-3,3%
Brutowinst	1 244	8	223	142	1 616	11,4 %
Distributiekosten	-279	-1	-43	-36	-359	-13,3%
Verkoop- en marketingkosten	-417	-5	-40	-14	-476	-3,4%
Administratieve kosten	-227	2	-19	-1	-245	-0,7%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	14	-4	6	28	45	264,2%
Bedrijfsresultaat vóór eenmalige opbrengsten / kosten	335	0	129	117	581	34,7 %
(geenormaliseerde EBIT)						
Eenmalige opbrengsten/kosten	-50				-53	
Netto financiële kosten	-105				-118	
Belastingen	-43				-77	
Winst	137				333	
toerekenbaar aan minderheidsbelangen	79				166	
toerekenbaar aan houders van InBev eigen-vermogensinstrumenten	58				166	
Geenormaliseerde EBITDA	542	-1	152	131	824	24,4 %

Noot: De geenormaliseerde EBIT en EBITDA is EBIT en EBITDA vóór eenmalige items van respectievelijk -50 miljoen euro en -30 miljoen euro voor 1Q05, en van -53 miljoen euro voor 1Q06.

Opbrengsten – De geconsolideerde opbrengsten van 2 793 miljoen euro vertegenwoordigen een stijging met +7,8% (of 174 miljoen euro) jaar op jaar. De onderneming blijft initiatieven nemen op het vlak van opbrengstenbeheer, in het kader van haar langetermijndoelstelling om de opbrengsten sneller te doen stijgen dan de interne volumegroei.

- In Latijns-Amerika stegen de opbrengsten/hl als gevolg van het feit dat meer volumes werden verkocht via directe distributie en het feit dat de verkoopvolumes van luxebier sterker stegen dan de gemiddelde groei van onze merken, als onderdeel van onze strategie inzake opbrengstenbeheer.
- In Centraal- en Oost-Europa stegen de opbrengsten/hl, vooral als gevolg van prijsstijgingen in Rusland en de Balkanstaten.
- Aanhoudende groei van onze wereldwijde merken boven de geconsolideerde volumegroei.

De interne opbrengsten per hl stegen met +0,7 euro in 1Q06 tegenover 1Q05. Deze verbetering werd gerealiseerd in weerwil van een veranderende geografische mix, die een geraamde negatieve interne impact van -1,4 euro/hl heeft gehad.

Kostprijs verkochte goederen (KVG) – De geconsolideerde KVG bedroeg 1 177 miljoen euro voor 1Q06, d.i. een interne stijging met -3,3% (of -33 miljoen euro). De interne KVG per hl verbeterde met +0,5 euro in 1Q06 jaar op jaar, waarvan ca. +0,4 euro/hl te danken is aan de gunstige weerslag van de verandering in de geografische mix. In het kader van het VPO-programma worden in onze brouwerijen diverse initiatieven voortgezet; in 1Q06 bevonden meer dan 10 brouwerijen zich in de lanceringsfase van dit programma, terwijl meer dan 50 brouwerijen die het programma in 2005 hebben gelanceerd de uitvoeringsfase hebben bereikt. Daarnaast hebben we ook de focus op onze inkoopinspanningen verbeterd.

De combinatie van opbrengstengroei en het feit dat de kosten minder stijgen dan de inflatie, leidde tot een interne groei van de brutomarge met +190 basispunten jaar op jaar.

Bedrijfskosten – De totale bedrijfskosten bedroegen 1 035 miljoen euro in 1Q06, een stijging met -2,5% (of -23 miljoen euro) vergeleken met 1Q05.

De stijging van de distributiekosten met -36 miljoen euro (-13,3%) is het resultaat van de toegenomen kosten van de directe distributie in Latijns-Amerika en van de toename van de variabele logistieke kosten in West-Europa (hogere brandstofkosten) en in Centraal- en Oost-Europa (voornamelijk aanhoudende groei in het oosten van Rusland). De verkoop- en marketingkosten zijn gestegen met -14 miljoen euro (-3,4%), als gevolg van onze aanhoudende strategie om in onze merken te investeren en van onze voortdurende focus op het verbeteren van de verkoop teneinde de opbrengstengroei te verzekeren. De administratiekosten stegen met slechts -1 miljoen euro (-0,7%), deels als gevolg van onze strategie om niet-verkoopgerelateerde euro's om te zetten in verkoopgerelateerde euro's door de implementatie van ZBB en van het feit dat we bepaalde uitgaven later hebben gepland in 2006 vergeleken met 2005.

Andere bedrijfsopbrengsten/kosten verbeterden intern met +28 miljoen euro (+264,2%), voornamelijk als gevolg van een vrijval van voorzieningen, ten bedrage van +21 miljoen euro, inzake indirecte belastingen in Latijns-Amerika.

EBITDA – De genormaliseerde EBITDA voor 1Q06 bedroeg 824 miljoen euro, een interne groei met +24,4% (of +131 miljoen euro). De vrijval van +21 miljoen euro van voorzieningen voor indirecte belastingen in Latijns-Amerika buiten beschouwing gelaten, zou de interne EBITDA-groei +20,1% bedragen.

- De EBITDA bedroeg 59 miljoen euro in Noord-Amerika (+17,8% of +7 miljoen euro), vooral dankzij de aanhoudende kostencontrole.
- De EBITDA van Latijns-Amerika bedroeg 588 miljoen euro (+33,2% of +113 miljoen euro), dankzij een combinatie van sterke opbrengstengroei en de strenge controle op de kosten en uitgaven.
- De EBITDA van West-Europa bedroeg 104 miljoen euro (+9,6% of +9 miljoen euro), dankzij opbrengstengroei en vaste-kostenbeheer, ondanks lagere volumes.
- Centraal- en Oost-Europa realiseerden een EBITDA van 36 miljoen euro (-8,3% of -3 miljoen euro): de impact op de marges van de volumedaling in Oost-Europa in januari kon niet meer worden goedge maakt.

- Azië boekte een EBITDA van 21 miljoen euro (-25,3% of -6 miljoen euro), te wijten aan de impact van veel lagere verkoopvolumes in Zuid-Korea bij relatief hoge marges, die niet volledig konden worden gecompenseerd door de sterke volumegroei in China en het goede kostenbeheer in de hele Zone.
- De EBITDA van Holdingmaatschappijen en globale export bedroeg 16 miljoen euro (+184,1% of +11 miljoen euro), in hoofdzaak als gevolg van lagere projectkosten op het hoofdkantoor, gedeeltelijk gecompenseerd door hogere voorzieningen voor de uitvoering van ons nieuwe bonussysteem voor een groter aantal werknemers.

Als gevolg van deze factoren realiseerde InBev een EBITDA-marge van 29,5% in 1Q06 tegen 23,8% in 1Q05. Dit vertegenwoordigt een stijging met +570 basispunten, waarvan 365 basispunten intern, d.i. exclusief de impact van acquisities & desinvesteringen en de positieve impact van wijzigingen in de wisselkoersen op de omrekening van buitenlandse activiteiten. De impact van de wisselkoersen bedroeg +152 miljoen euro voor 1Q06.

Winst – De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigen-vermogensinstrumenten van InBev bedroeg 200 miljoen euro (genormaliseerde winst per aandeel 0,33 euro) in 1Q06. De gerapporteerde winst voor het kwartaal onderging de invloed van de volgende factoren:

- *Netto financieringskosten:* 118 miljoen euro, d.i. -13 miljoen euro meer dan in 1Q05, waarvan -22 miljoen euro als gevolg van ongunstige wisselkoerseffecten. Dit effect buiten beschouwing gelaten, werd de impact van een hogere gemiddelde netto schuld ruimschoots gecompenseerd door lagere andere financiële resultaten als gevolg van de reële-waardeafdekking, sinds december 2005, voor een deel van de AmBev-obligaties.
- *Belastingen:* 77 miljoen euro en een effectieve aanslagvoet van 18,8%. De daling van de effectieve aanslagvoet is voornamelijk te verklaren door de hogere winstbijdrage van AmBev tegen een gunstiger aanslagvoet tegenover 1Q05. Dit laatste is het resultaat van het voordeel inzake de rente op eigen vermogen enerzijds en het effect van de belastingvoordelen inzake aftrekbaarheid van goodwill als gevolg van de fusie tussen InBev Holding Brasil en AmBev, zoals aangekondigd in juli 2005, anderzijds. Voor het volledige jaar 2006 verwachten we dat het geraamd effectief belastingtarief rond de benedengrens zal liggen van de vork van 22% tot 24%.
- *Winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen:* 166 miljoen euro, d.i. meer dan in 1Q05 als gevolg van de grotere rentabiliteit in Latijns-Amerika en Canada.

VOORUITZICHTEN

We verwachten dat InBev's posities in vele aantrekkelijke markten wereldwijd rendabel zullen blijven. De onderneming is vast van plan om haar strategie uit te voeren die erin bestaat om in alle Zones interne volumegroei en opbrengstengroei te realiseren en een sterk kostenbeheer te ontwikkelen. Ondanks de uitdagingen in de concurrentiële context bevestigen de resultaten van het eerste kwartaal dat we stevig op koers liggen om ons langetermijndoel van waardecreatie door marge-uitbreiding en een gedisciplineerd gebruik van kapitaal te verwezenlijken.

Brussel, 12 mei 2006 – 7 / 7

Recente gebeurtenissen

In april 2006 kondigde InBev aan dat AmBev een overeenkomst had gesloten met Beverage Associates Corp. ('BAC') om alle resterende aandelen van BAC in Quinsa over te nemen voor een totale aankoop prijs van ongeveer 1,2 miljard USD, onder voorbehoud van bepaalde aanpassingen, onder meer voor dividenden en interesten. Na afronding van deze transactie, die nog door de regelgevende instanties moet worden goedgekeurd, zal het belang van AmBev in Quinsa stijgen van 56,72% naar 91,18% van het totale aandelenkapitaal.

Op 12 mei, na afronding van het overleg met de vakbonden, bevestigde InBev haar voornemen om Europese dienstencentra op te richten, zoals de onderneming aankondigde op 24 februari 2006. De daaraan verbonden eenmalige kosten en de jaarlijks terugkerende verbeteringen zullen worden bekendgemaakt bij de publicatie van onze resultaten voor 2Q06.

Agenda eerste kwartaal 2006

12 mei 2006

Conference call resultaten 1Q06 voor beleggers

14.00 uur CET / 13.00 uur BST / 08.00 uur EST – voor alle details betreffende de inschrijving, zie www.InBev.com

Bijgevoegd Annex 1 en 2

Over InBev

InBev is een beursgenoteerd bedrijf (Euronext: INB) met hoofdzetel in Leuven, België. Het bedrijf, waarvan de oorsprong teruggaat tot 1366, is vandaag de grootste brouwer ter wereld in volume. De strategie van InBev bestaat erin haar lokale platformen te versterken door belangrijke posities uit te bouwen in de belangrijkste biermarkten ter wereld. Dit wordt gerealiseerd door interne groei, maximale efficiëntie, gerichte externe groei en door de consument op de eerste plaats te zetten. InBev heeft een portfolio van meer dan 200 merken, waaronder Stella Artois®, Brahma®, Beck's®, Leffe® en Skol® - het derde beste verkopende bier wereldwijd. InBev stelt ongeveer 77.000 mensen te werk en heeft activiteiten in meer dan 30 landen in Amerika, Europa en Azië. In 2005 realiseerde InBev opbrengsten van 11,7 miljard euro. Bezoek voor meer informatie onze website www.InBev.com

Contactpersonen

Marianne Amssoms
Vice President Corporate External Communications
Tel: +32-16-27-61-11
Fax: +32-16-50-61-11
E-mail: marianne.amssoms@inbev.com

Philip Ludwig
Vice President Investor Relations
Tel: +32-16-27-62-43
Fax: +32-16-50-62-43
E-mail: philip.ludwig@inbev.com

Dit Verslag bevat bepaalde toekomstgerichte verklaringen die de huidige vooruitzichten van het management van InBev weerspiegelen met betrekking tot, onder andere, InBevs strategische doelstellingen, bedrijfsverwachtingen, haar toekomstige financiële toestand, budgetten, geschatte productieniveaus, geschatte kosten en geschatte niveaus van inkomsten en winst. Deze verklaringen houden risico's en onzekerheden in. De mogelijkheid van InBev om deze doelstellingen te bereiken hangt af van vele factoren die buiten de controle van het management liggen. In sommige gevallen wordt gebruik gemaakt van bepaalde woorden zoals "geloven", "bedoelen", "verwachten", "veronderstellen", "plannen", "beogen", "zullen" en gelijkaardige uitdrukkingen om toekomstgerichte verklaringen te identificeren. Alle verklaringen, behalve deze over historische feiten, zijn toekomstgerichte verklaringen. U mag niet overmatig vertrouwen op deze toekomstgerichte verklaringen. Van nature houden toekomstgerichte verklaringen risico's en onzekerheden in, omdat zij onze huidige verwachtingen en veronderstellingen met betrekking tot toekomstige gebeurtenissen en omstandigheden weerspiegelen, die achteraf onjuist kunnen blijken. De daadwerkelijke resultaten kunnen om verscheidene redenen in belangrijke mate verschillen van deze vooropgesteld in de toekomstgerichte verklaringen. InBev kan u niet waarborgen dat de toekomstige resultaten, activiteitsniveaus, prestaties of verwezenlijkingen van InBev, aan de verwachtingen, weergegeven in de toekomstgerichte verklaringen zullen voldoen.