

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 28 février 2008 – 1/17

L'information ci-jointe constitue une information réglementée au sens de l'arrêté royal du 14 novembre 2007 relatif aux obligations des émetteurs d'instruments financiers admis à la négociation sur un marché réglementé.

Poursuite de la forte croissance et de la création de valeur

InBev (Euronext: INB), le plus grand brasseur du monde, présentait aujourd'hui ses résultats de l'exercice complet 2007 (EX07) et du quatrième trimestre 2007 (4T07) :

- **Croissance du volume des bières** : le volume des ventes de bière a augmenté de 4,7% pour l'année complète, d'année en année, avec des volumes en hausse dans la plupart des Zones. Au cours du quatrième trimestre, les volumes brassicoles ont enregistré une croissance interne de 4,3%.
- **Produits en hausse** : les produits ont augmenté de 7,2% pour l'année, résultat de la croissance des volumes et d'une hausse des produits par HI de 1,9%, ou de +3,6% après élimination de l'impact du changement en termes de diversification géographique. Les produits du 4T07 affichaient une hausse de 7,8%, grâce à 2,1% de produits supplémentaires par HI et à des volumes en augmentation. Sans l'impact du changement en termes de diversification géographique, les produits par HI auraient augmenté de +3,8%.
- **Contrôle des coûts et des charges** : malgré certaines augmentations des coûts des produits de base, les coûts des ventes (CdV) consolidés de l'exercice complet, par HI, n'étaient supérieurs à ceux de 2006 que de 2,0%, soit en deçà du taux d'inflation moyen prévalant dans nos zones géographiques. Ce résultat est le fruit d'une augmentation limitée à 0,4% des CdV par HI au 4T07, d'année en année. La diminution de 2,1% des charges d'exploitation du groupe pour l'année, et de 7,7% pour le trimestre, principalement due à une baisse des frais généraux, constitue la preuve que le groupe tire profit de la mentalité de propriétaire qui l'anime et qui engendre des améliorations permanentes de son efficacité.
- **Croissance de l'EBITDA et poursuite de l'accroissement de la marge** : l'EBITDA normalisé a augmenté de 16,5% en 2007, engendrant une marge d'EBITDA de 34,6%, soit une croissance interne de 274 points de base. La croissance de l'EBITDA normalisé au cours du quatrième trimestre a été de 23,9%, et la marge d'EBITDA a atteint 37,8%, ce qui représente une croissance interne de la marge de 482 points de base.
- **Les bénéfices nets affichent une croissance à deux chiffres** : le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs de capitaux propres d'InBev pour l'année 2007 s'élève à 1 863 millions d'euros, en hausse de 22,4% par rapport à 2006.
- **Amélioration significative des flux de trésorerie** : les flux de trésorerie provenant des activités d'exploitation ont augmenté de 23,6% pour atteindre 4,1 milliards d'euros, grâce à la hausse des bénéfices et à une meilleure gestion du fonds de roulement, fruits des efforts consentis pour améliorer encore notre gestion des flux de trésorerie et du fonds de roulement.
- **Rétribution des actionnaires** : InBev a déboursé un total de 2,5 milliards d'euros au cours de 2007. Cette somme comprend l'acquisition de 600 millions d'euros d'actions InBev et de 1 129 millions d'euros d'actions AmBev via des programmes de rachat d'actions, ainsi que le paiement de 435 millions d'euros en dividendes aux actionnaires d'InBev et de 333 millions d'euros aux actionnaires minoritaires, principalement ceux d'AmBev. Le conseil d'administration d'InBev propose de payer un dividende de 2,44 euros par action (l'an dernier: 0,72 euro par action), sous réserve de l'approbation des actionnaires.

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 28 février 2008 – 2/17

Tableau 1. Résultats consolidés (millions d'euros)

	FY07	FY06	Croissance interne
Volumes totaux (en milliers d'hl)	270 611	246 529	5,2%
Volumes des bières	229 978	211 595	4,7%
Volumes des non bières	40 634	34 934	8,6%
Produits	14 430	13 308	7,2%
Marge brute	8 494	7 831	7,1%
EBITDA normalisé	4 992	4 239	16,5%
EBIT normalisé	3 920	3 223	20,4%
Bénéfice (normalisé) attribuable aux porteurs des capitaux propres d'InBev	1 863	1 522	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'InBev	2 198	1 411	
Bénéfice normalisé par action (euro)	3,05	2,50	
Bénéfice par action (euro)	3,60	2,32	
Marges			
Marge brute	58,9%	58,8%	-4 bp
Marge EBITDA normalisée	34,6%	31,9%	274 bp
Marge EBIT normalisée	27,2%	24,2%	295 bp

Les chiffres de l'EX07 et de l'EX06 d'InBev sont basés sur les états financiers consolidés audités, préparés conformément aux normes IFRS. Sauf indication contraire, les montants 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 internes. En d'autres termes, les chiffres sont analysés de manière à éliminer l'impact des écarts de conversion des activités étrangères, des cessions et acquisitions et des transferts entre Zones. Dans le présent document, 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 et/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 des résultats sous-jacents de l'entreprise en raison de leur importance ou de leur nature. Les indicateurs normalisés sont des indicateurs additionnels utilisés par la direction et ne peuvent pas remplacer les indicateurs conformes aux normes IFRS comme indicateurs de la performance de l'entreprise. Les valeurs indiquées dans les tableaux et les annexes ne peuvent pas concorder à cause d'arrondis. Le BPA est basé sur la moyenne pondérée des 610 (4T07 et EX07) et 608 (4T06 et EX06) millions d'actions ordinaires en circulation

COMMENTAIRES DE LA DIRECTION

2007 est le troisième exercice complet d'InBev. Au cours de cette année, nous avons enregistré une croissance de 16,5% de l'EBITDA et obtenu une marge d'EBITDA de 34,6%, soit un accroissement interne de 274 points de base par rapport aux 31,9% de l'année précédente.

Au cours des trois premières années d'existence d'InBev, notre marge d'EBITDA a connu une évolution constante : de 26,1% en 2004 (pro forma), en passant par 28,6% en 2005, 31,9% en 2006, pour atteindre 34,6% en 2007. Notre EBITDA a présenté un taux de croissance annuel composé de 16,2% pour ces premières années.

En 2007, notre marge d'EBITDA a augmenté dans cinq de nos six Zones :

- Amérique du Nord : en hausse à 38,2% soit 173 points de base en interne
- Amérique latine Nord : en hausse à 47,3 % soit 344 points de base en interne

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 28 février 2008 – 3/17

- Amérique latine Sud : en hausse à 40,3 % soit 244 points de base en interne
- Europe centrale & de l'Est : en hausse à 23,6 % soit 173 points de base en interne
- Asie-Pacifique : en hausse à 26,5 % soit 88 points de base en interne
- Europe de l'Ouest : en baisse à 22,3 % soit -9 points de base en interne.

Les volumes consolidés ont enregistré une croissance de 5,2% en 2007, dont 4,7% pour la bière et 8,6% pour les boissons non alcoolisées. Cependant, les volumes de nos propres bières ont augmenté de 5,0% grâce à notre stratégie qui accorde la priorité au développement des volumes des bières de marque, tout en réduisant les volumes des marques de distributeurs et autres bières à plus faible marge. Nos volumes en Amérique latine Nord, en Amérique latine Sud et en Europe centrale & de l'Est ont affiché un niveau solide, plus élevé que notre moyenne globale. Trois éléments principaux ont amoindri nos résultats généraux en termes de volume en 2007 : nos performances au niveau de nos parts de marché en Chine et dans le Royaume-Uni (le seul marché d'Europe de l'Ouest où nous avons perdu des parts de marché), et la baisse du marché en général en Europe de l'Ouest.

En matière de coûts, les coûts des ventes par hectolitre ont augmenté de 2,0% par rapport à un taux d'inflation moyen de 4%, grâce à des programmes de productivité efficaces qui nous ont permis de compenser partiellement les pressions inflationnistes en général et des matières premières en particulier.

Les charges d'exploitation ont enregistré une diminution de 2,1%, confirmant encore une fois la force de notre approche ZBB (Zero-Based Budgeting – Budgétisation base zéro) en matière de gestion des coûts, un art de vivre adopté dans toute l'entreprise.

En ce qui concerne les liquidités dégagées par les activités, elles sont passées de 3 287 millions d'euros en 2006 à 4 064 millions d'euros en 2007, soit une augmentation de 777 millions d'euros, dont 270 millions d'euros représentent une amélioration de notre fonds de roulement.

Priorités pour 2008

En 2008, nous continuerons à peaufiner les piliers de notre modèle commercial : notre plate-forme Rêve/Collaborateurs/Culture, nos capacités d'exécution sur le marché, nos aptitudes à développer l'image de nos marques ainsi que le maintien d'un contrôle strict des coûts.

Rêve/Collaborateurs/Culture

Notre rêve est de devenir 'la meilleure entreprise brassicole dans un monde meilleur'. Nous utilisons les termes 'monde meilleur' pour souligner notre conviction que, si nous voulons devenir la meilleure entreprise brassicole en termes de rentabilité, nous devons travailler avec acharnement, à l'intérieur même de notre entreprise ainsi qu'à l'extérieur.

À l'intérieur, notre objectif est de continuer à développer et à faire progresser nos marques tout en améliorant notre efficacité dans tout ce que nous faisons d'année en année.

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 28 février 2008 – 4/17

À l'extérieur, nous nous sommes engagés à collaborer avec toutes les parties concernées pour veiller à ce que notre entreprise et notre secteur industriel soutiennent et encouragent la consommation responsable ainsi que des initiatives en matière d'environnement.

Des employés de talent restent notre avantage concurrentiel le plus important et, en fait, le seul qui soit durable. Notre culture qui encourage le développement du sentiment de propriété (Ownership culture), unit nos collaborateurs et engendre l'énergie, l'engagement et l'alignement nécessaires à leur participation à la concrétisation de notre rêve.

Exécution sur le marché

Dans notre secteur industriel, l'exécution constitue l'élément qui différencie les excellentes entreprises des bonnes, ainsi, nous souhaitons développer encore ces capacités afin de nous distinguer sur le marché. Il nous reste matière à améliorer notre discipline sur le marché dans certaines de nos Zones.

Capacités à développer l'image des marques

Le développement de l'image des marques fournit les outils nécessaires à l'exécution sur le marché. La section commerciale de notre rapport annuel présente des exemples réussis de développement de marques en 2007. Beck's Vier au Royaume-Uni, Bohemia au Brésil, Cass en Corée du Sud, Sedrin en Chine, Chernigivske en Ukraine, Quilmes Stout en Argentine et Stella Artois aux Etats-Unis ne sont que quelques exemples de développement positif de marques. Nous nous engageons à apprendre de ces succès et à reproduire les meilleures pratiques dans l'ensemble de notre société.

Strict contrôle des coûts

Le contrôle des coûts reste un pilier essentiel de nos activités et pourrait créer une différence encore plus importante à l'avenir dans un contexte économique où les prix des matières premières augmentent et où l'on nous prédit une hausse de l'inflation.

"En résumé, 2007 a été une bonne année pour notre entreprise. Nous sommes conscients du chemin qui nous reste à parcourir pour réaliser notre rêve qui est d'être la meilleure entreprise brassicole dans un monde meilleur. Nous entrons résolument dans l'année 2008, et nous tous, chez InBev, sommes enthousiastes à la perspective de franchir une nouvelle étape dans la poursuite de notre rêve et nous nous y engageons tous pleinement" a déclaré Carlos Brito, le CEO d'InBev.

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 28 février 2008 – 5/17

VOLUMES POUR L'ANNEE COMPLETE

Tableau 2. Volumes (en milliers d'hl)					
	FY06	Scope	Croissance interne	FY07	Croissance interne
Amérique du Nord	14 342	-1 710	-60	12 572	-0,5%
Amérique latine Nord	94 586	931	5 361	100 877	5,7%
Amérique latine Sud	22 566	5 833	2 125	30 524	9,7%
Europe de l'Ouest	39 147	-1 218	-1 861	36 068	-4,9%
Europe centrale et de l'Est	43 201	0	5 936	49 137	13,7%
Asie-Pacifique	30 924	4 375	1 081	36 380	3,6%
Sociétés Holding et exportations globales	1 763	3 095	195	5 054	4,0%
InBev au niveau mondial	246 529	11 306	12 777	270 611	5,2%

Les volumes consolidés ont progressé de 5,2% pour l'ensemble de l'année 2007, avec une hausse de 4,7% du volume des bières et de 8,6% du volume des non bières. Toutefois, les volumes de nos propres bières ont augmenté de 5,0% grâce à notre stratégie qui accorde la priorité au développement des volumes des bières de marque, tout en réduisant les volumes des marques de distributeurs et autres bières à plus faible marge. La croissance du volume des bières a été stimulée par nos activités en Amérique latine Nord et Sud, en Europe centrale & de l'Est, ainsi que dans la Zone Asie Pacifique.

L'Amérique du Nord a enregistré une légère diminution des volumes de 0,5% pour l'EX07, avec des résultats positifs au cours du second semestre de cet exercice. Au Canada, les volumes accusent une baisse de 1,4% en interne. Parallèlement à ces résultats internes, à partir du mois d'avril, nos résultats canadiens ont bénéficié de l'arrivée des marques Lakeport dans notre portefeuille et ces marques ont affiché une croissance pendant toute l'année. Aux Etats-Unis, la performance de nos marques canadiennes en termes de volume s'est améliorée au cours du second trimestre. Ce résultat confirme notre décision de maintenir une organisation axée prioritairement sur la vente de ces marques, dans la foulée de l'accord conclu avec Anheuser-Busch ("A-B") par le biais duquel A-B est devenu responsable de la distribution de nos marques d'importation européennes aux Etats-Unis.

2007 est la première année où A-B a importé nos marques européennes pour le marché des Etats-Unis. Nous avons constaté une progression des livraisons après la résolution des problèmes liés aux débuts de la transition et Stella Artois a continué à enregistrer une très forte croissance.

En **Amérique latine Nord**, les volumes ont augmenté de 5,7% (les bières en hausse de 5,1%; les non bières de 7,2%). Au Brésil, les volumes de bière sont en hausse de 5,6% et notre part de marché pour l'ensemble de l'année 2007 s'élève à 67,8%, avec neuf mois consécutifs de progression. Les volumes des ventes de bière dans les autres pays de la Zone ont accusé un recul de 4,9%, un résultat entièrement dû aux volumes très inférieurs dans le secteur au Venezuela, où la société a néanmoins accru sa part de marché.

Les volumes ont augmenté de 9,7% en **Amérique latine Sud** (bières en hausse de 6,8%; non bières en hausse de 14,3%), avec de fortes hausses des volumes en Argentine, en Bolivie et en Uruguay. Ces progressions ont été portées par la croissance soutenue de nos marques de luxe dans cette Zone.

En **Europe de l'Ouest**, dans le contexte d'une industrie en recul en termes de volumes, nous avons enregistré une baisse de 4,9% de l'ensemble de nos volumes; toutefois, les

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 28 février 2008 – 6/17

volumes des bières de marque ont perdu un peu moins, soit 4,4%. Les volumes de bière au Royaume-Uni ont baissé de 10,3% pour l'année complète, avec pour conséquence une perte de marché sur un marché en déclin par rapport à l'an dernier. Les volumes de ventes de bières en Allemagne ont affiché une diminution de 3,8%, avec une part de marché stable pour l'année. Malgré une baisse de 1,5% du volume des bières en Belgique, nous avons accru notre part de marché. Conformément aux résultats précédents, et à l'exception du Royaume-Uni, nous avons accru ou maintenu nos parts de marché sur tous les principaux marchés d'Europe de l'Ouest en 2007.

En **Europe centrale & de l'Est**, nous avons connu une belle croissance des volumes de 13,7%. Les volumes ont augmenté de 16,5% en Russie, ce qui nous a valu une croissance de notre part de marché et une amélioration de notre portefeuille de produits. Nous avons obtenu une hausse des volumes de 19,3% en Ukraine où nous sommes nettement restés leader du marché. Nos activités en Europe centrale ont débouché sur des volumes plus élevés assortis de gains de part de marché sur presque tous les marchés.

Les volumes enregistrés dans la Zone **Asie Pacifique** ont augmenté de 3,6% au cours de 2007. En Chine, la croissance interne des volumes a été de 3,0%, plus basse que celle du marché. Sedrin a continué à engranger de bons résultats, alors que la société s'attachait à appliquer des meilleures pratiques afin d'améliorer les résultats dans toutes nos activités. En janvier 2008, InBev a conclu un accord avec son partenaire dans InBev Shiliang (Zhejiang) Brewery aux fins de porter la part d'InBev dans cette entreprise à 100% et d'en assumer entièrement le contrôle une fois l'autorisation des autorités compétentes obtenue. Cette étape importante permettra à InBev de renforcer sa position dans la province de Zhejiang en Chine. Les volumes ont augmenté de 5,7% en Corée du Sud, grâce à la croissance importante de notre marque Cass et cette augmentation nous a assuré une part de marché plus élevée.

DÉVELOPPEMENT DES MARQUES MONDIALES

Les marques mondiales d'InBev ont augmenté de 3,2% en 2007. Brahma[®] a vu le volume de ses ventes augmenter de 4,9% grâce essentiellement à de bons volumes au Brésil. Bien que Stella Artois enregistre une baisse de 2,4%, ce recul est entièrement dû aux volumes inférieurs réalisés au Royaume-Uni, et il est partiellement compensé par une forte croissance des volumes aux Etats-Unis, en Europe de l'Est et en Amérique latine. Beck's[®] a dégagé des volumes en hausse de 4,3%, grâce à la contribution significative du Royaume-Uni et de l'Europe centrale & de l'Est. Les bonnes croissances persistantes enregistrées par Leffe[®] en Europe de l'Ouest et en Amérique latine se sont traduites par une augmentation de 10,2% des volumes vendus.

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 28 février 2008 – 7/17

COMPTE DE RÉSULTATS – EX07

Tableau 3. Compte de résultats consolidé (en millions d'euros)

	FY06	Scope	Variation des devises	Croissance interne	FY07	Croissance interne
Produits	13 308	262	-90	950	14 430	7,2%
Coûts des ventes	-5 477	-114	53	-397	-5 936	-7,3%
Marge brute	7 831	148	-38	553	8 494	7,1%
Frais de distribution	-1 551	-44	17	-136	-1 713	-8,8%
Frais commerciaux et de marketing	-2 115	-48	16	12	-2 134	0,6%
Frais administratifs	-1 075	-20	4	102	-990	9,5%
Autres produits/charges d'exploitation	133	5	5	119	263	83,0%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents	3 223	42	5	650	3 920	20,4%
Eléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	-94				374	
Coûts financiers nets	-472				-598	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	1				1	
Impôts sur le résultat	-531				-649	
Bénéfice	2 126				3 048	
attribuable aux porteurs des capitaux propres d'InBev	1 411				2 198	
attribuable aux intérêts minoritaires	715				849	
EBITDA normalisé	4 239	68	-9	694	4 992	16,5%

Remarque : L'EBIT et l'EBITDA normalisés s'entendent avant éléments non récurrents. L'impact des éléments non récurrents durant l'EX07 a été de +374 millions d'euros sur l'EBIT et de +332 millions d'euros sur l'EBITDA, par rapport à -94 millions d'euros sur l'EBIT et -16 millions d'euros sur l'EBITDA durant l'EX06.

Produits – Les produits consolidés ont augmenté de 7,2% (950 millions d'euros) pour atteindre 14 430 millions d'euros. Toutes les Zones d'activités ont dégagé plus de produits par HI, signe que les efforts constants consentis par l'entreprise pour améliorer le portefeuille de produits portent leurs fruits.

Par comparaison à l'année précédente, les produits consolidés par HI ont augmenté de 1,9%. Sur une base géographique constante, c'est-à-dire en éliminant l'impact de croissances plus importantes dans des pays à plus faible produit par HI en euros, les produits par HI auraient augmenté de 3,6% en interne.

Coûts des ventes (CdV) – Les CdV consolidés se sont élevés à 5 936 millions d'euros en 2007, une augmentation de 7,3% (soit 397 millions d'euros) par rapport à l'année précédente. Les CdV par HI pour toute l'année sont 2,0% plus élevés que ceux de l'année précédente, la société continuant à bénéficier de la mise en œuvre réussie de programmes efficaces de gestion de la chaîne de l'offre, ainsi que d'une approche énergique de la gestion des risques. Sur une base géographique constante, la croissance interne des coûts des ventes par HI aurait atteint 3,9%, selon les estimations.

Charges d'exploitation – Les charges d'exploitation, qui comprennent les frais de distribution, les frais commerciaux et de marketing, les frais administratifs et autres produits/charges d'exploitation, ont totalisé 4 574 millions d'euros en 2007, soit une diminution interne de 2,1% (ou 97 millions d'euros) par rapport à 2006.

Les frais de distribution ont augmenté de 136 millions d'euros (8,8%), grâce à la combinaison de volumes plus élevés et de l'impact des frais de transport plus importants dans certaines activités. Au niveau du groupe, les frais commerciaux et de marketing ont baissé de 12 millions d'euros (0,6%). Ce résultat global reflète la réalisation d'économies considérables dans les frais commerciaux et de marketing non relatifs aux ventes, ainsi que l'impact d'un modèle commercial différent pour l'importation de nos marques européennes aux Etats-Unis. Depuis février 2007, Anheuser-Busch (A-B) supporte les

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 28 février 2008 – 8/17

frais commerciaux et de marketing liés à nos importations européennes. Les frais généraux ont été maîtrisés pendant l'année et affichent une baisse de 102 millions d'euros (9,5%) qui s'explique en partie par une provision plus importante pour le paiement des bonus en 2006 ainsi que par le maintien d'une gestion stricte des coûts qui s'inscrit dans la culture de notre société.

Les autres produits/charges d'exploitation se sont améliorés de +119 millions d'euros pour l'année complète par rapport à l'année précédente. Les principales raisons de cette amélioration sont des augmentations des incitations fiscales en Amérique latine Nord, l'extourne de provisions en Europe de l'Ouest, des bénéfices réalisés sur la vente d'actifs en Europe et l'augmentation des royalties inhérentes à l'accord d'importation conclu avec A-B.

EBITDA – L'EBITDA normalisé s'élève à 4 992 millions d'euros en 2007, soit une croissance interne de 16,5% (une augmentation de 694 millions d'euros), toutes les Zones affichant une hausse de l'EBITDA sauf la Zone Europe de l'Ouest.

- L'Amérique du Nord enregistre un EBITDA de 597 millions d'euros (+ 5,6% / en hausse de 32 millions d'euros), essentiellement grâce à une stricte gestion des coûts
- L'EBITDA en Amérique latine Nord est de 2 318 millions d'euros (+ 20,9% / en hausse de 390 millions d'euros), fruit d'une bonne croissance des produits ainsi que d'un contrôle soutenu des coûts
- La Zone Amérique latine Sud affiche un EBITDA de 405 millions d'euros (+ 29,1% / en hausse de 79 millions d'euros), un résultat stimulé par une forte croissance des produits accompagnée d'une hausse modeste des dépenses
- En Europe de l'Ouest, l'EBITDA s'élève à 771 millions d'euros (- 3,9% / en baisse de 31 millions d'euros), une performance affectée par des volumes inférieurs et des coûts des ventes plus élevés, éléments partiellement compensés par une bonne gestion des frais fixes. Si l'on exclut le Royaume-Uni, l'EBITDA a augmenté de plus de 7% malgré un secteur en recul et des coûts de produits de base en hausse.
- La Zone Europe centrale & de l'Est affiche un EBITDA en hausse à 520 millions d'euros (+ 32,2% / en hausse de 128 millions d'euros), grâce à une forte croissance des produits, partiellement pondérée par une augmentation des frais de distribution et des frais commerciaux
- En Asie Pacifique, l'EBITDA a atteint 263 millions d'euros (+ 11,9% / en hausse de 27 millions d'euros), la hausse des produits étant en partie neutralisée par un accroissement des frais commerciaux et de marketing
- L'EBITDA des Sociétés Holding et Exportations Globales s'est élevé à 118 millions d'euros (en hausse de 69 millions d'euros), principalement grâce à l'impact positif des changements intervenus en passant à un modèle commercial différent en ce qui concerne nos importations européennes aux Etats-Unis.

La marge d'EBITDA consolidée pour l'ensemble de l'année 2007 a été de 34,6% (31,9% en 2006), soit un accroissement de la marge de 274 points de base et de sa croissance interne de 274 points de base également. L'impact négatif des écarts de conversion des devises s'élève à 9 millions d'euros pour 2007 (2006 : impact positif de 238 millions d'euros).

Éléments non récurrents – Les éléments non récurrents se sont soldés en 2007 par un bénéfice net d'exploitation non récurrent de 374 millions d'euros. Ce bénéfice s'explique

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 28 février 2008 – 9/17

principalement par la vente d'actifs immobiliers en Belgique et aux Pays-Bas, qui s'est traduite par un bénéfice avant impôt de 357 millions d'euros.

Bénéfice – Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs de capitaux propres d'InBev a atteint 1 863 millions d'euros (un bénéfice par action normalisé de 3,05 euros), soit une hausse de 22,4% sur l'année précédente. Le bénéfice reporté attribuable aux porteurs de capitaux propres d'InBev pour 2007 s'élève à 2 198 millions d'euros et a été influencé par les éléments suivants :

- *Coûts financiers nets*: 598 millions d'euros, soit une augmentation de 125 millions d'euros. Cette hausse s'explique principalement par des charges d'intérêts plus élevées étant donné la part plus élevée des dettes porteuses d'intérêts en réel brésilien dans la dette moyenne totale d'InBev en 2007 par comparaison à la répartition existant en 2006.
- *Impôts sur le résultat* : 649 millions d'euros (taux d'imposition effectif de 17,6% en 2007 comparé à 20,0% en 2006). La baisse du taux d'imposition effectif en 2007 s'explique par le fait que, au niveau d'AmBev, la société continue à 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 Brazil et AmBev en juillet 2005, ainsi que de l'acquisition de Quinsa en août 2006. Le taux d'imposition effectif a en outre profité de l'effet positif des plus-values faiblement imposées, réalisées sur la vente de biens immobiliers à Cofinimmo, et par la reconnaissance d'impôts différés sur pertes fiscales reportées aux Etats-Unis. Sans l'impact de cette plus-value non récurrente, d'autres éléments non récurrents et de la reconnaissance de ces impôts différés aux Etats-Unis, le taux d'imposition effectif de la société aurait été de 19,7%.
- *Bénéfice attribuable aux participations minoritaires* : 850 millions d'euros (715 millions d'euros pour l'EX06). L'augmentation de 135 millions d'euros de bénéfice attribuable aux participations minoritaires s'explique essentiellement par une hausse des bénéfices au niveau d'AmBev, atténués en partie par une diminution de la participation minoritaire due à la mise en œuvre des programmes de rachat d'actions d'AmBev.

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 28 février 2008 – 10/17

EXAMEN DES PERFORMANCES AU 4T07

Tableau 4. Résultats consolidés (millions d'euros)

	4T07	4T06	Croissance interne
Volumes totaux (en milliers d'hl)	72 325	68 514	5,7%
Volumes des bières	59 793	57 437	4,3%
Volumes des non bières	12 533	11 077	12,9%
Produits	3 881	3 590	7,8%
Marge brute	2 309	2 090	9,1%
EBITDA normalisé	1 467	1 175	23,9%
EBIT normalisé	1 193	894	31,9%
Bénéfice (normalisé) attribuable aux porteurs des capitaux propres d'InBev	581	433	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'InBev	900	371	
Bénéfice normalisé par action (euro)	0,95	0,71	
Bénéfice par action (euro)	1,48	0,61	

Marges

Marge brute	59,5%	58,2%	69 bp
Marge EBITDA normalisée	37,8%	32,7%	482 bp
Marge EBIT normalisée	30,7%	24,9%	548 bp

VOLUMES AU 4T07

Tableau 5. Volumes (en milliers d'hl)

	4T06	Scope	Croissance interne	4T07	Croissance interne
Amérique du Nord	3 627	-510	42	3 159	1,4%
Amérique latine Nord	28 351	369	2 624	31 344	9,3%
Amérique latine Sud	9 172	-247	907	9 832	10,2%
Europe de l'Ouest	9 878	-426	-557	8 895	-5,9%
Europe centrale et de l'Est	9 703	0	942	10 645	9,7%
Asie-Pacifique	7 371	-228	-17	7 126	-0,2%
Sociétés Holding et exportations globales	411	1 008	-96	1 324	-6,8%
InBev au niveau mondial	68 514	-33	3 844	72 325	5,7%

Le volume consolidé total a augmenté de 5,7% au 4T07 par rapport au 4T06, avec une hausse de 4,3% pour les bières et de 12,9% pour les non bières. Toutefois, les volumes de nos propres bières ont augmenté de 5,0% grâce à notre stratégie qui accorde la priorité au développement des volumes des bières de marque, tout en réduisant les volumes des marques de distributeurs et autres bières à plus faible marge. Les moteurs de croissance expliquant ce résultat sont l'Europe centrale & de l'Est, l'Amérique latine Nord et Sud, ainsi que l'Amérique du Nord.

En **Amérique du Nord**, les volumes ont augmenté de 1,4% au 4T07 par rapport à un chiffre difficile à égaler au 4T06. Les volumes vendus au Canada sont restés inchangés, dans l'ensemble, sur un plan interne, alors que les livraisons de nos marques canadiennes aux Etats-Unis ont progressé de 3,8% par rapport à l'an dernier.

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 28 février 2008 – 11/17

L'**Amérique latine Nord** a connu un très bon trimestre, avec une croissance des volumes de 9,3% (bières en hausse de 8,0%, non-bières en hausse de 12,7%). Les volumes brassicoles au Brésil ont augmenté de 7,9% et l'ensemble de nos autres marchés dans cette Zone affiche une hausse de 8,9%, avec de meilleurs résultats que l'an dernier sur presque tous les marchés.

Les volumes ont augmenté de 10,2% (bières en hausse de 7,6%; non bières en hausse de 14,6%) en **Amérique latine Sud**, résultat d'une croissance dans la plupart des pays de la Zone.

Les volumes enregistrés en **Europe de l'Ouest** accusent un recul de 5,9%. Les volumes vendus au Royaume-Uni ont chuté de 10,8%, entraînant une perte de part de marché sur un marché en déclin par rapport à l'an dernier. Par ailleurs, les volumes brassicoles en Allemagne ont affiché une baisse de 4,7%, avec une part de marché stable pour le trimestre et pour l'année. Les volumes vendus en Belgique ont diminué de 0,3% par rapport à l'année précédente, soit moins que le recul du secteur, ce qui a permis de gagner des parts de marché au cours du trimestre et de l'année. Si l'on exclut le Royaume-Uni, la société a maintenu ou accru ses parts sur nos principaux marchés d'Europe de l'Ouest.

La Zone d'**Europe centrale & de l'Est** a poursuivi sa progression avec une hausse de 9,7% pour le 4T07 par rapport au 4T06. Les volumes ont augmenté de 16,9% en Russie, de 11,9% en Ukraine alors que les volumes enregistrés en Europe centrale s'alignaient avec ceux de l'an dernier.

La Zone **Asie Pacifique** a enregistré une diminution de 0,2% des volumes au quatrième trimestre par rapport à la même période l'an dernier. Les volumes vendus en Chine ont baissé de 1,0% par rapport à une croissance à deux chiffres l'année précédente. La Corée du Sud a enregistré une croissance des volumes de 2,5%, soulignant la réussite de nos efforts pour atteindre une bonne croissance des volumes.

DÉVELOPPEMENT DES MARQUES MONDIALES

Les volumes des marques mondiales ont augmenté de 6,3% au 4T07. Brahma a enregistré des volumes en hausse de 10,1%, stimulés par une bonne croissance dans toute l'Amérique latine. Stella Artois affiche des volumes en baisse en Europe de l'Ouest et en hausse en Amérique du Nord et en Amérique latine Sud; une fois les deux tendances combinées, on obtient une baisse de 2,4% par rapport à la même période en 2006. La croissance des volumes de Beck's s'élève à 2,8% tandis que Leffe affiche une hausse de 14,4% par rapport à l'an dernier.

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 28 février 2008 – 12/17

COMPTE DE RÉSULTATS – 4T07

Tableau 6. Compte de résultats consolidé (en millions d'euros)

	4T06	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T07	Croissance interne
Produits	3 590	-12	24	279	3 881	7,8%
Coûts des ventes	-1 500	9	9	-90	-1 573	-6,1%
Marge brute	2 090	-3	32	189	2 309	9,1%
Frais de distribution	-384	-12	-2	-44	-442	-11,3%
Frais commerciaux et de marketing	-541	2	2	24	-513	4,4%
Frais administratifs	-304	-2	-2	57	-251	18,7%
Autres produits/charges d'exploitation	33	-3	5	56	90	166,4%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents	894	-18	35	281	1 193	31,9%
Eléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	-10				339	
Coûts financiers nets	-134				-145	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	0				1	
Impôts sur le résultat	-149				-186	
Bénéfice	601				1 202	
attribuable aux porteurs des capitaux propres d'InBev	371				900	
attribuable aux intérêts minoritaires	230				302	
EBITDA normalisé	1 175	-17	32	278	1 467	23,9%

Remarque : l'EBIT et l'EBITDA normalisés s'entendent avant éléments non récurrents. L'impact des éléments non récurrents au 4T07 était de +339 millions d'euros sur l'EBIT et de +341 millions d'euros sur l'EBITDA, alors qu'il était de -10 millions d'euros sur l'EBIT et de +51 millions d'euros sur l'EBITDA au 4T06.

Produits – Au 4T07, les produits consolidés étaient de 3 881 millions d'euros, soit une hausse de 7,8% (ou 279 millions d'euros) par rapport au 4T06. Cette hausse s'explique par la croissance des volumes, ainsi que par une augmentation de 2,1% des produits nets consolidés par HI.

Coûts des ventes (CdV) – Les coûts des ventes consolidés se sont élevés au 4T07 à 1 573 millions d'euros, 6,1% (ou 90 millions d'euros) au-dessus de l'an dernier. Le changement qui en a résulté en termes de CdV consolidés par HI, soit une augmentation de 0,4%, correspond aux prévisions et a permis à la société d'atteindre des coûts de ventes consolidés par HI bien en-deçà du taux d'inflation moyen, malgré certaines pressions exercées par le coût des produits de base.

Charges d'exploitation – Les charges d'exploitation de 1 116 millions d'euros étaient en baisse de 7,7% (soit 92 millions d'euros) par rapport à l'an dernier.

Les frais de distribution ont augmenté de 44 millions d'euros (11,3%) par rapport au 4T06, sur fond de hausse des volumes et d'augmentation de certains frais de transport. Les frais commerciaux et de marketing du groupe ont diminué de 24 millions d'euros (4,4%), principalement grâce aux économies réalisées sur les dépenses non relatives aux ventes, particulièrement en Europe de l'Ouest, ainsi qu'à la prise en charge par A-B des frais commerciaux relatifs à nos importations européennes aux Etats-Unis. Les frais administratifs ont diminué de 57 millions d'euros (18,7%) en interne, grâce au maintien d'un bon contrôle des frais généraux, à la baisse des provisions pour bonus par rapport à l'an dernier, et au fait que certains frais encourus au 4T06 et relatifs à des projets ne se sont pas représentés.

Les autres produits/charges d'exploitation se sont améliorés de +56 millions d'euros au quatrième trimestre. Ce changement s'explique en grande partie par l'augmentation des

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 28 février 2008 – 13/17

incitations fiscales en Amérique latine Nord, par les bénéfices réalisés sur la vente d'actifs en Europe et par les paiements de royalties relatifs à notre accord d'importation conclu avec A-B.

EBITDA – L'EBITDA normalisé de 1 467 millions d'euros pour le 4T07, représente une croissance interne de 23,9% (soit une hausse de 278 millions d'euros), sur l'année précédente.

- L'Amérique du Nord a enregistré un EBITDA de 163 millions d'euros (+ 4,6% / en hausse de 7 millions d'euros), grâce au bénéfice engendré par la croissance des volumes.
- En Amérique latine Nord, l'EBITDA de 799 millions d'euros (+ 30,6% / en hausse de 175 millions d'euros) s'explique par un résultat soutenu en termes de volume et par un contrôle judicieux des dépenses, ainsi que par l'augmentation des incitations fiscales mentionnées ci-dessus
- L'Amérique latine Sud a engendré un EBITDA de 142 millions d'euros (+ 32,7% / en hausse de 39 millions d'euros) grâce à des volumes et des produits plus élevés et à une gestion circonspecte des charges fixes
- L'Europe de l'Ouest a enregistré 206 millions d'euros (- 0,2% / inchangé) d'EBITDA en assurant une gestion stricte des coûts face à des produits en recul
- L'EBITDA enregistré par l'Europe centrale & de l'Est était de 100 millions d'euros (+ 210,6% / en hausse de 69 millions d'euros) grâce à de belles croissances des produits et des volumes, combinées à une diminution des frais administratifs et à des chiffres comparables au 4T06 moins difficiles à égaler. Le résultat obtenu au 4T06 avait subi l'impact de certaines dépenses uniques ou consenties pour la première fois, ainsi que d'un changement au niveau des charges entre les entités du groupe, éléments neutres en ce qui concerne l'EBIT consolidé. Si l'on exclut ces impacts et un gain réalisé sur la vente d'actifs au 4T07, les marges d'EBITDA auraient augmenté de 477 points de base par rapport à l'an passé
- La Zone Asie Pacifique a enregistré 51 millions d'euros d'EBITDA (-7,1% / en baisse de 4 millions d'euros), étant donné que la croissance des produits a été plus que compensée par l'association de coûts des ventes en hausse et de charges commerciales plus élevées.
- L'EBITDA des Sociétés holding et exportations globales s'est élevé à 6 millions d'euros (en baisse de 7 millions d'euros), les chiffres du 4T06 ayant été considérablement améliorés grâce à un changement intervenu au niveau des charges de la CEE entre les entités du groupe, changement qui est neutre pour l'EBIT consolidé.

La marge EBITDA consolidée était de 37,8% au 4T07 (4T06 : 32,7%). La croissance de la marge a atteint 510 points de base, dont 482 points de base générés en interne. L'impact positif des écarts de conversion des devises s'élève à 32 millions d'euros pour le quatrième trimestre 2007 (4T06 : impact négatif de 15 millions d'euros).

Éléments non récurrents – Les éléments non récurrents au 4T07 ont eu pour effet un bénéfice d'exploitation net non récurrent de 339 millions d'euros. Ce bénéfice provient principalement de la vente de biens immobiliers en Belgique et aux Pays-Bas qui a dégagé un bénéfice avant impôts de 357 millions d'euros.

Bénéfice – Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'InBev s'est élevé à 581 millions d'euros (BPA normalisé de 0,95 euro) pour le 4T07, soit une croissance absolue de 34,6% par rapport à la même période l'an dernier. Le bénéfice

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 28 février 2008 – 14/17

reporté attribuable aux porteurs des capitaux propres d'InBev pour la même période était de 900 millions d'euros et comprenait les éléments suivants :

- *Coûts financiers nets* : 145 millions d'euros, soit 11 millions d'euros de plus qu'au 4T06, ce qui s'explique principalement par des charges d'intérêts plus élevées suite à la part plus élevée de la dette en réal brésilien portant intérêts dans la dette totale moyenne par comparaison à la part en réal brésilien au 4T06.
- *Impôts sur le résultat* : 186 millions d'euros avec un taux d'imposition effectif de 13,4% (par rapport à 19,9% en 2006). La diminution du taux d'imposition effectif en 2007 s'explique par le fait que la société continue à bénéficier de l'impact de la déduction des intérêts notionnels et de l'effet de la déduction fiscale sur le goodwill résultant de la fusion entre InBev Holding Brazil et AmBev en juillet 2005, ainsi que de l'acquisition de Quinsa en août 2006. Le taux d'imposition effectif a en outre profité de l'effet positif des plus-values faiblement imposées, réalisées sur la vente de biens immobiliers à Cofinimmo, et par la reconnaissance d'impôts différés sur pertes fiscales reportées aux Etats-Unis. Sans l'impact de cette plus-value non récurrente, d'autres éléments non récurrents et de la reconnaissance de ces impôts différés aux Etats-Unis, le taux d'imposition effectif de la société aurait été de 18,3%.
- *Bénéfice attribuable aux actionnaires minoritaires* : 302 millions d'euros (230 millions d'euros au 4T06). L'augmentation de 72 millions d'euros de bénéfice attribuable aux participations minoritaires s'explique essentiellement par une hausse des bénéfices au niveau d'AmBev, atténués en partie par une diminution de la participation minoritaire due à la mise en œuvre des programmes de rachat d'actions d'AmBev.

BILAN DE L'EXERCICE COMPLET

Les dettes financières nettes d'InBev ont diminué pour atteindre 5 093 millions d'euros à la fin décembre 2007, contre 5 563 millions d'euros fin décembre 2006. Hormis les résultats d'exploitation après dépenses d'investissement, la dette financière nette a été influencée par l'acquisition de Lakeport, de Cintra et des distributeurs brésiliens (190 millions d'euros), les programmes de rachat d'actions d'InBev (600 millions d'euros) et d'AmBev (1 129 millions d'euros), et les paiements de dividendes (769 millions d'euros), compensés en partie par la vente de biens immobiliers en Belgique et aux Pays-Bas à Cofinimmo (379 millions d'euros), par la vente de Dinkelacker (22 millions d'euros) et par l'impact des variations des cours de change (107 millions d'euros).

Dans le cadre des programmes de rachat d'actions en 2007, InBev a acquis 10,3 millions d'actions InBev pour un montant de 600 millions d'euros et AmBev a acquis 25,6 millions d'actions AmBev pour un montant de 1 129 millions d'euros.

FLUX DE TRÉSORERIE DE L'EXERCICE COMPLET

Les flux de trésorerie provenant des activités d'exploitation ont augmenté pour passer de 3 287 millions d'euros en 2006 à 4 064 millions d'euros en 2007, soit une hausse de 23,6%. Cette amélioration s'explique par une hausse du bénéfice et une meilleure gestion du fonds de roulement. Conformément à son engagement de création de valeur à long terme, InBev accentue ses efforts pour améliorer encore la gestion de ses flux de trésorerie.

L'évolution des fonds affectés à des activités d'investissement, de (3 481) millions d'euros en 2006 à (2 358) millions d'euros en 2007, s'explique essentiellement par les acquisitions plus importantes réalisées au cours de l'année précédente (Fujian Brewery et les actions que Beverage Associates Corp. détenait encore dans Quinsa), en partie

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 28 février 2008 – 15/17

contrebalancées par davantage d'acquisitions d'intérêts minoritaires via les programmes de rachat d'actions d'Ambev en 2007. InBev continue à libérer du capital investi dans des actifs non essentiels et la société a procédé à plusieurs cessions qui ont affecté positivement les flux de trésorerie dégagés des activités d'investissement, comme notamment la vente à Cofinimmo de la participation dans Immobrew.

InBev a consacré 1 440 millions d'euros en 2007 (2006 : 1 218 millions d'euros) à l'acquisition d'actifs immobilisés. En 2007, sur le total des dépenses d'investissement, environ 67% ont été affectés à l'amélioration des installations de production, alors que 22% ont été attribués à la logistique et à des investissements commerciaux. Environ 11% ont servi à l'amélioration des capacités administratives et à l'achat de matériel et de logiciels.

Vous trouverez de plus amples informations sur les flux de trésorerie d'InBev dans l'Annexe 3.

PERSPECTIVES

InBev reste engagée à assurer une expansion de la marge EBITDA par le biais d'une progression des volumes et des produits combiné au maintien d'une gestion disciplinée des coûts.

La croissance des volumes et des produits restera notre priorité, ainsi que nous le prouvons en liant une part encore plus significative de notre programme de rémunération variable à de meilleures performances en termes de part de marché. Afin de nous donner les moyens d'atteindre ces objectifs, nous continuerons à affecter des ressources suffisantes aux marques appropriées et poursuivrons la mise en oeuvre de nos programmes d'exécution des ventes qui ont fait leurs preuves.

Il conviendrait cependant de noter que nous avons enregistré une forte croissance au cours du premier semestre de 2007, ce qui nous promet des défis stimulants à relever pendant la première moitié de 2008, et plus particulièrement au cours du premier trimestre en terme de volumes et d'EBITDA.

L'efficience en terme d'exploitation figure également parmi nos grandes priorités et nous maintiendrons la croissance des coûts de ventes par HI au taux moyen pondéré de 4% d'inflation nationale auquel nous sommes exposés. Nous continuerons également à appliquer nos disciplines de Zero Based Budgeting (ZBB – budgétisation base zéro) pour que l'augmentation des frais généraux se situe en-deçà du taux d'inflation.

Étant donné l'accroissement des fonds disponibles qui se profile et notre attitude plus proactive dans la gestion de la structure du capital, la société poursuivra ses programmes de rachat d'actions tout en adoptant un système de paiement de dividendes plus progressif qui élimine le seuil le paiement maximum de 33%. Ces décisions en matière de structure du capital ne nous empêcheront pas de mener à bien quelque transaction créatrice de valeur que ce soit, si elle se présentait.

En résumé, nous sommes conscients que les défis à relever en 2008 seront plus grands que ceux des trois dernières années. Cependant nous sommes confiants que des collaborateurs formidables, unis par une culture basée sur le sentiment de propriété et œuvrant ensemble à la concrétisation d'un rêve commun, continueront à engendrer une croissance de nos volumes et produits, une expansion de notre marge EBITDA et une création de valeur.

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 28 février 2008 – 16/17

Événements récents

Le 12 février 2008, InBev a annoncé les résultats de l'offre publique d'achat émise par AmBev concernant des actions de Quinsa. AmBev a accepté d'acheter 3 136 001 actions de Classe A et 8 239 536 actions de Classe B (y compris 7 236 336 actions de Classe B détenues sous forme d'ADS) de Quinsa, soit 57% des actions de Classe A et 94% des actions de Classe B en circulation de Quinsa, qui ne sont pas détenues par AmBev ou par ses filiales, qui ont été valablement proposées et non retirées de l'offre. Par conséquent, AmBev détiendra 99,56% des droits de vote dans Quinsa et son intérêt économique s'élève à 99,26%.

Le 28 février 2008, le conseil d'administration d'InBev annonce qu'il a proposé une série de mesures visant à améliorer considérablement la structure du capital de l'entreprise. Ces actions proposées épousent et renforcent l'engagement d'InBev en matière de création de valeur par l'expansion des marges de la société et la solidité des flux de trésorerie engendrés. Le conseil d'administration d'InBev propose de payer un dividende de 2,44 euros par action, sous réserve de l'approbation des actionnaires. La politique actuelle en matière de dividendes autorise le paiement de 25% à 33% des bénéfices nets de l'exercice précédent, en moyenne. À l'avenir, le Conseil d'administration adoptera une approche plus progressive dans ce domaine, qui éliminera le seuil de paiement maximum de 33%. En outre, InBev a conclu le programme de rachat d'actions annoncé le 21 janvier 2008 portant sur un montant maximal de 300 millions d'euros, qui s'est soldé par un total d'achats d'une valeur de 207 millions d'euros. Le 28 février 2008, InBev a décidé de lancer un nouveau programme de rachat d'actions d'InBev pour un montant allant jusqu'à 500 millions d'euros, sur une période de 12 mois.

En janvier 2008, InBev a conclu un accord avec son partenaire dans InBev Shiliang (Zhejiang) Brewery aux fins de porter la part d'InBev dans cette entreprise à 100% et d'en assumer entièrement le contrôle une fois l'autorisation des autorités compétentes obtenue. Cette étape importante permettra à InBev de renforcer sa position dans la province de Zhejiang en Chine.

Le commissaire, KPMG Réviseurs d'Entreprises, représenté par Jos Briers, a émis une attestation sans réserve sur les comptes annuels consolidés et a confirmé que les données comptables reprises dans le présent communiqué ne présentent pas d'incohérences manifestes avec les comptes annuels consolidés

Annexes

Site Web d'InBev : http://www.inbev.com/media/3_2_0_pressreleases.cfm

- Informations par segment pour l'exercice complet (EX07)
- Informations par segment pour le quatrième trimestre 2007 (4T07)
- Flux de trésorerie – Chiffres clés
- Réconciliation entre les chiffres préparés selon les normes comptables brésiliennes et les normes IFRS pour l'Amérique latine (EX07)

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 28 février 2008 – 17/17

Agenda de l'exercice complet 2007

Le 28 février 2008

Conférence de presse

10h30 CET

Elle se tiendra au siège administratif d'InBev : Brouwerijplein 1, Leuven

Conférence téléphonique sur les résultats EX07 pour les investisseurs

14h00 CET / 13h00 BST / 8h00 EST – tous les détails relatifs à l'inscription sont disponibles sur www.InBev.com.

La version en ligne du rapport financier 2007, ainsi que la version anglaise du rapport annuel 2007, sont disponibles dès aujourd'hui sur www.InBev.com. Les versions française et néerlandaise du rapport annuel 2007 seront disponibles en ligne dès le 28 mars sur www.InBev.com

A propos d'InBev

InBev est une entreprise cotée en bourse (Euronext : INB) basée à Leuven, Belgique. Ses origines remontent à 1366 et elle est aujourd'hui le brasseur leader au niveau mondial. En tant que société réellement tournée vers les consommateurs et dynamisée par les ventes, InBev s'appuie sur un portefeuille soigneusement diversifié de plus de 200 marques. Ce portefeuille comprend des bières qui sont de véritables icônes d'envergure mondiale telles que Stella Artois[®] et Beck's[®], des marques présentes dans plusieurs pays et qui enregistrent une croissance rapide telles que Leffe[®] et Hoegaarden[®], ainsi que de nombreuses 'championnes locales', très en vogue auprès des consommateurs, comme Skol[®], Quilmes[®], Sibirskaya Korona[®], Chernigivske[®], Sedrin[®], Cass[®] et Jupiler[®]. InBev emploie près de 89 000 collaborateurs et déploie ses activités dans plus de 30 pays sur le continent américain, en Europe et dans la Zone Asie-Pacifique. En 2007, InBev a réalisé des produits de 14,4 milliards d'euros. Pour de plus amples informations, consultez notre site Internet www.inbev.com.

Informations sur les 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

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

Ce rapport contient certaines indications prévisionnelles qui reflètent l'opinion actuelle du management d'InBev à propos, notamment, des objectifs stratégiques d'InBev, de ses perspectives commerciales, de sa future situation financière, de ses budgets, de ses niveaux anticipés de production, du montant prévu de ses coûts et des niveaux envisagés de ses produits et bénéfices. Ces indications comportent des risques et des incertitudes. L'aptitude d'InBev à atteindre ces buts et objectifs dépend de nombreux facteurs que ne peut contrôler le management. Dans certains cas, des mots comme « estimer », « envisager », « prévoir », « anticiper », « planifier », « cibler », l'indicatif futur et d'autres expressions similaires sont utilisés pour identifier des indications prévisionnelles. Toutes 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 prévisionnelles. Par nature, des indications prévisionnelles 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 prévisionnelles. 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 prévisionnelles.