

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 6 novembre 2008 – 1/2

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.

InBev présente ses résultats du troisième trimestre et des neuf premiers mois de 2008

InBev (Euronext: INB), le brasseur leader au niveau mondial, a présenté aujourd'hui ses résultats du troisième trimestre (3T08) et des 9 premiers mois de 2008 (9M08).

FAITS MARQUANTS DU 3e TRIMESTRE

Sauf indication contraire, les analyses ci-dessous sont basées sur des chiffres internes et se rapportent au 3T08 sur la base d'une comparaison avec le troisième trimestre de l'année dernière :

- **Performance des volumes:** Les volumes totaux ont enregistré une croissance de 1,9 % et les volumes de nos propres bières ont augmenté de 0,8 %. Les boissons non alcoolisées ont généré une croissance des volumes de 13,8 %. Nous avons renforcé notre plateforme mondiale – en nous appuyant sur des positions stratégiques sur des marchés clés – pour continuer à stimuler les augmentations de volumes.
- **Augmentation ou maintien de la part de marché:** Nous avons augmenté ou maintenu notre part de marché sur huit de nos dix meilleurs marchés (jusqu'en septembre) par rapport à l'année dernière. Dans la même période, nous avons augmenté notre part de marché en Argentine, en Allemagne, en Belgique, en Chine, en Corée du Sud, au Canada et au Royaume-Uni. Au Brésil, notre part de marché reste stable à ce jour (septembre).
- **Résultats de la concentration sur les marques:** Notre décision de nous concentrer sur un nombre plus limité de marques et d'investir davantage dans celles-ci a produit des résultats encourageants. A ce jour (jusqu'au mois de septembre 2008), ces marques ont surpassé de manière significative les ventes totales de nos propres bières, avec une croissance des volumes de 4,4 %. Quelques exemples récents : Stella Artois aux Etats-Unis, Beck's en Allemagne, Cass en Corée du Sud, Budweiser et Bud Light au Canada, et Quilmes et Stella Artois en Argentine. Nos marques mondiales Stella Artois et Beck's ont, en particulier, enregistré de très bons résultats, en affichant une croissance de 8,1 %.
- **Rénovation et innovation des marques:** Nous continuons à investir dans le développement des marques, en augmentant de 12,5 % nos dépenses dans le secteur du marketing et des ventes au cours du troisième trimestre. Une nouvelle vague de rénovation et d'innovation des produits devrait permettre d'améliorer davantage les résultats de nos marques prioritaires. Pour citer quelques exemples, Stella Artois 4 % au Royaume-Uni, Stella Artois Légère au Canada, de nouveaux emballages pour Beck's dans le monde entier, ainsi que des innovations telles que Beck's Ice en Allemagne, Cass Lemon en Corée du Sud et Hoegaarden Citron en Belgique.
- **Croissance des produits:** nos **produits totaux** ont augmenté de 7,7 % et les **produits par hectolitre** de 5,7 %, reflétant ainsi l'amélioration du portefeuille de marques et des activités de gestion des produits mises en œuvre au sein de nos marchés.

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 6 novembre 2008 – 2/2

- **Coûts des ventes:** Nos **Coûts des ventes** (CdV) totaux ont enregistré une hausse de 12,0 % et de 9,9 % **par hectolitre** en raison des pressions inflationnistes et des pressions sur les prix des matières premières.
- **Contrôle discipliné des dépenses:** Nous poursuivons nos efforts pour changer les "moyens financiers non productifs" en "moyens financiers productifs" ; c'est-à-dire que nous concentrons nos dépenses dans des activités directement liées à ce que nos consommateurs "voient, sentent et apprécient". Malgré de solides investissements dans nos marques, les charges d'exploitation globales n'ont augmenté que de 5,0 %.
- **EBITDA:** L'EBITDA normalisé de 1 393 millions d'euro a affiché une croissance de 6,5 %, et la marge EBITDA normalisée pour ce trimestre était de 35,3 %, par rapport à 35,2 % au même trimestre de l'année dernière sur une base non interne. Après suppression des impacts de variation des devises et de changement (dans le périmètre sur les produits et l'EBITDA), la marge EBITDA baisse de 40 points de base.
- **Croissance du bénéfice par action:** Le bénéfice par action normalisé était de 0,91 euros, représentant une croissance absolue de 7,1%.
- **Engagement pour un monde meilleur:** Le 16 septembre, nous avons publié notre Citizenship Report 2008 (disponible sur www.InBev.com) qui donne un aperçu des résultats obtenus et des efforts investis relatifs aux quatre fondements de notre "Engagement pour un monde meilleur": Valeur économique, Consommation responsable, Environnement et Collaborateurs.
- **Collaborateurs :** Conformément à notre stratégie qui consiste à promouvoir, attirer et fidéliser les collaborateurs les plus talentueux, nous avons nommé 139 nouveaux "partenaires" en 2008, et octroyé ainsi des actions à ces 139 nouveaux membres de notre réserve de meilleurs talents dans le cadre de notre programme de fidélisation des collaborateurs à long terme.
- **Rapprochement avec Anheuser-Busch :** Le rapprochement avec Anheuser-Busch est sur le point d'être finalisé d'ici la fin de l'année, après approbation des actionnaires d'Anheuser-Busch et réception des approbations nécessaires des autorités de la concurrence. L'assemblée des actionnaires d'InBev a approuvé cette opération le 29 septembre 2008 et l'approbation des autorités de la concurrence a été obtenue dans plusieurs juridictions. Nous avons en outre réalisé avec succès la première syndication de la ligne de crédit, et poursuivons notre engagement à maintenir notre notation de crédit d' "investment grading". En conséquence de la volatilité sans précédent des marchés de capitaux mondiaux, notre Conseil d'administration a décidé de reporter l'augmentation de capital annoncée précédemment jusqu'à ce que la situation du marché se stabilise. Ce report n'aura aucun impact sur le moment de la conclusion du rapprochement avec Anheuser-Busch.

Commentaire de Carlos Brito, CEO: " *L'engagement de notre équipe dans la croissance des volumes et des produits et la gestion disciplinée des coûts demeure l'une de nos principales priorités pour atteindre des résultats durables à long terme. Nous sommes convaincus que nous sommes équipés pour relever les défis posés par l'environnement économique qui s'annonce: l'activité brassicole a non seulement montré d'une manière générale une certaine résistance au cours des périodes difficiles, mais nous avons également mené nos activités avec une structure allégée, avec une grande diversification géographique entre les marchés émergents et les marchés développés. Nous attendons également avec impatience la conclusion de notre rapprochement avec Anheuser-Busch, ce qui accroîtra notre exposition au marché des Etats-Unis, un marché "mature" mais qui continue toutefois à se développer.*

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 6 novembre 2008 – 3/3

De plus, nous pourrions développer la marque Budweiser au niveau mondial et renforcer la présence de nos marques mondiales Stella Artois et Beck's aux Etats-Unis. Notre priorité concernant la société nouvellement fusionnée sera triple : (i) l'intégration des activités, (ii) le désendettement de la société et (iii) la réalisation des synergies annoncées. C'est de cette manière que nous envisageons de générer une valeur durable pour les actionnaires."

Felipe Dutra, CFO, a déclaré: "Au cours du troisième trimestre, nous avons continué à enregistrer une hausse des CdV/HI par rapport à l'an dernier ; toutefois, nous prévoyons un important ralentissement de la croissance des CdV/HI pendant le 4T08, étant donné que la comparaison des prix des matières premières devient moins difficile. Sur toute l'année, nous prévoyons que la hausse des CdV/HI sera modérément supérieure au maximum de nos précédentes prévisions, qui se situaient entre 5 et 6 %. Cette performance résulte principalement des effets combinés de la croissance des volumes inférieure à celle escomptée dans des Zones affichant des CdV/HI inférieurs à la moyenne (Amérique latine Nord et Europe centrale et de l'Est) et d'une dilution plus faible des frais fixes industriels dans les CdV en raison de volumes inférieurs à ceux prévus au niveau global. "

Tableau 1. Résultats consolidés (millions d'euros)

	3T08	3T07	Croissance interne
Volumes totaux (en milliers d'hl)	71 832	71 084	1,9%
Volumes des bières	61 579	62 046	0,2%
Dont volumes de nos bières	60 395	60 437	0,8%
Volumes des non bières	10 254	9 038	13,8%
Produits	3 946	3 778	7,7%
Marge brute	2 281	2 224	4,7%
EBITDA normalisé	1 393	1 330	6,5%
EBIT normalisé	1 088	1 056	4,5%
Bénéfice (normalisé) attribuable aux porteurs des capitaux propres d'InBev	542	522	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'InBev	447	519	
Bénéfice normalisé par action (euro)	0,91	0,85	
Bénéfice par action (euro)	0,75	0,85	
Marges			
Marge brute	57,8%	58,9%	-163 bp
Marge EBITDA normalisée	35,3%	35,2%	-40 bp
Marge EBIT normalisée	27,6%	27,9%	-82 bp

Les chiffres du 3T08 et des 9M08 d'InBev sont basés sur les états financiers intermédiaires consolidés non-audités, préparés conformément aux normes IFRS. Sauf indication contraire, les montants sont exprimés 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 financiers sont analysés de manière à éliminer l'impact des écarts de conversion des activités à l'étranger et des changements dans le périmètre.

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 6 novembre 2008 – 4/4

Les changements dans le périmètre représentent l'impact des acquisitions et cessions, le lancement ou l'arrêt d'activités ou le transfert d'activités entre secteurs.

Chaque fois qu'il est cité dans le présent document, le terme "normalisé" renvoie aux mesures de la performance (EBITDA, EBIT, bénéfice, bénéfice par action) avant éléments non-récurrents. Des éléments non-récurrents sont des produits ou des charges qui surviennent de manière irrégulière et ne font pas partie des activités normales de l'entreprise. Ils sont présentés séparément à cause de leur importance afin de comprendre la performance sous-jacente durable de l'entreprise due à leur taille ou 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 peuvent ne pas concorder à cause d'arrondis. Le BPA est basé sur la moyenne pondérée des 598 (611 pour le 3Q07) millions d'actions ordinaires en circulation.

PERFORMANCE DES MARQUES PRIORITAIRES

Parmi notre portefeuille de plus de 200 marques, nous avons décidé de réserver toute notre attention aux marques au potentiel de croissance plus élevé dans chaque segment consommateur important. Celles-ci incluent nos marques mondiales Beck's et Stella Artois, ainsi que certains de nos bijoux multi-pays et locaux, qui représentent ensemble environ 60% de notre volume total.

Notre décision de concentrer notre attention et nos investissements sur un nombre plus limité de marques a produit jusqu'à présent des résultats encourageants. A ce jour (jusqu'au mois de septembre), les marques prioritaires ont surpassé de manière significative les ventes totales et les ventes de nos propres bières, avec une croissance des volumes de 4,4 % (les volumes totaux du 3Q08 ont augmenté de 1,9 % et les volumes de nos propres bières, de 0,8 %). Quelques exemples récents : Stella Artois aux Etats-Unis, Beck's en Allemagne, Cass en Corée du Sud, Budweiser et Bud Light au Canada, et Quilmes et Stella Artois en Argentine.

Nos marques mondiales Stella Artois et Beck's ont enregistré de très bons résultats, en affichant une croissance de 8,1 %. Les volumes de Stella Artois ont augmenté de 1,9 %, alors que la solide performance des volumes constatée aux Etats-Unis et en Amérique latine Sud était atténuée par une baisse des volumes au Royaume-Uni. Les volumes de Beck's ont affiché une hausse de 16 % au troisième trimestre, stimulés pas la solide performance de la marque et ses extensions de gamme sur son marché domestique, l'Allemagne, en plus d'une excellente performance dans le segment des importations aux Etats-Unis.

Au cours de neuf premiers mois de l'année 2008, nos marques mondiales ont affiché une hausse de 2,3 %, ce qui est supérieur à la croissance des volumes totaux et des volumes de nos propres bières (les volumes totaux des 9M08 ont augmenté de 0,8 % et les volumes de nos propres bières de 0,4 %). Stella Artois a enregistré une croissance de 0,5 % et les volumes de Beck's ont augmenté de 4,6 % au cours de la même période.

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 6 novembre 2008 – 5/5

VOLUMES AU TROISIEME TRIMESTRE

Tableau 2. Volumes (en milliers d'hl)

	3T07	Scope	Croissance interne	3T08	Croissance interne
Amérique du Nord	3 558	0	17	3 574	0,5%
Amérique latine Nord	23 038	- 335	1 074	23 777	4,7%
Amérique latine Sud	6 503	0	841	7 345	12,9%
Europe de l'Ouest	9 311	- 288	- 210	8 812	-2,3%
Europe centrale et de l'Est	15 133	0	- 833	14 300	-5,5%
Asie-Pacifique	12 266	0	249	12 516	2,0%
Sociétés Holding et exportations globales	1 275	0	234	1 509	18,4%
InBev au niveau mondial	71 084	- 624	1 372	71 832	1,9%

Sauf indication contraire, les analyses ci-dessous sont basées sur des chiffres internes et se rapportent au 3T08 sur la base d'une comparaison avec la même période de l'année dernière :

Les volumes consolidés ont affiché une hausse de 1,9 %. Les volumes des propres bières d'InBev ont augmenté de 0,8 %, ce qui est légèrement supérieur aux volumes de bière globaux (croissance de 0,2 %), grâce à notre souci permanent d'augmenter les volumes de nos propres marques. Les boissons non alcoolisées ont progressé de 13,8 % au cours du trimestre. Nous avons enregistré une croissance des volumes en Amérique du Nord, en Amérique latine Nord, en Amérique latine Sud et dans la Zone Asie-Pacifique, alors que la Zone Europe centrale et de l'Est (ECE) et la Zone Europe de l'Ouest (EO) ont affiché une baisse des volumes. Toutefois dans la Zone EO, alors que les volumes totaux étaient en baisse, les volumes de nos propres bières ont augmenté en raison de notre stratégie visant à réduire les volumes sous-traités par des tiers et les produits commerciaux, pour nous concentrer sur nos marques à valeur ajoutée supérieure.

En **Amérique du Nord**, nos volumes totaux ont augmenté de 0,5 %.

Au **Canada**, les volumes de nos propres bières ont enregistré une hausse de 3,0 % et les marques que nous produisons, en particulier Budweiser et Bud Light, ont réalisé de bons résultats. Les importations au Canada ont maintenu leurs volumes élevés.

Les volumes totaux de la Zone **Amérique latine Nord** étaient en hausse de 4,7 % (bière +0,8 % ; non bière +15,5 %).

Au **Brésil**, les volumes de bière ont augmenté de 1,1 % car les dépenses des consommateurs continuaient à être soumises à la pression de l'inflation alimentaire et que le mois de septembre avait enregistré de mauvaises conditions météorologiques dans des régions clés. Selon l'Institut Nielsen, nous avons récupéré en septembre 2008 quarante points de base de part de marché par rapport au mois d'août 2008, atteignant 67,7 % de part de marché.

Nos opérations liées aux boissons non alcoolisées ont affiché pendant le trimestre une forte croissance interne des volumes (14,8 %), ainsi qu'une solide performance en termes de part de marché.

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 6 novembre 2008 – 6/6

Les volumes ont continué d'augmenter en **Amérique latine Sud**, enregistrant une hausse de 12,9 % (bière +14,2 %; non bière +11,2 %).

En **Argentine**, les volumes de nos bières ont augmenté de 15,7 %, ce qui est supérieur à la croissance de l'industrie, et ce malgré les incertitudes permanentes liées au contexte économique et politique général. Notre performance élevée dans le pays est une conséquence de notre concentration sur le segment des bières de luxe, ainsi que des initiatives réussies en matière de marketing et d'innovation concernant nos marques prioritaires. Notre performance dans le segment des bières de luxe est stimulée par la solide performance de la marque Stella Artois, qui est devenue leader de ce segment seulement deux ans et demi après son introduction sur le marché.

Les volumes de nos propres bières en **Europe de l'Ouest** ont enregistré une hausse de 2,5 %, laquelle fut stimulée par une solide performance en termes de volumes en Belgique et en Allemagne. Une forte baisse à deux chiffres enregistrée par les produits hors marque de moindre valeur, en parfaite cohérence avec notre objectif d'augmenter la valeur de notre propre portefeuille de marques, a entraîné une baisse des volumes enregistrée de 2,3 %.

L'Allemagne demeure un parfait exemple du succès de notre stratégie de développement des marques en Europe de l'Ouest. En fait, bien que les volumes totaux ont diminué de 1,8 %, les ventes de nos propres bières ont progressé de 8,8 %. Cela a pour cause principale la réduction de la production des marques de tiers et le fait que nous nous concentrons davantage sur nos propres marques. La marque Beck's a continué de produire de bons résultats au cours du troisième trimestre. De plus, pendant les six premiers mois de l'année 2008, l'institut d'études de marché Nielsen a révélé que Franziskaner a, pour la première fois, atteint la place de numéro 2 en matière de part de marché dans la catégorie de la bière blanche allemande.

En **Belgique**, les volumes de nos propres bières ont enregistré une hausse de 7,7 %, ce qui est mieux que la croissance de l'industrie et une amélioration importante par rapport au dernier trimestre, grâce à nos marques fortes comme Jupiler, Stella Artois, Hoegaarden et Leffe.

Au **Royaume-Uni**, les volumes de nos propres bières ont diminué de 5,3 %. Les baisses des volumes nationaux correspondent aux baisses survenues dans l'industrie nationale. C'est avec succès que nous avons lancé une nouvelle version de Stella Artois titrant 4 % d'alcool par volume et commercialisée sous le nom "Stella Artois 4%".

La baisse des volumes de 5,5 % enregistrée en **Europe centrale et de l'Est** est due en partie aux réductions continues des volumes des marques bon marché et de moindre valeur en Russie et en Ukraine, ainsi qu'à une période comparable difficile au troisième trimestre de 2007 (qui a enregistré une croissance de 10,7 %). Le fait de porter davantage d'attention à la croissance de la part des marques à marge supérieure et des marques de luxe n'a pas encore totalement compensé le déclin des marques meilleur marché. D'une manière générale, l'industrie entière ne croît que modestement, contrairement aux prévisions initiales de forte croissance.

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 6 novembre 2008 – 7/7

En **Russie**, les volumes de nos propres bières ont baissé de 10,5 %, en raison des faibles volumes de l'industrie et de la perte de la part de marché (croissance de 14 % au 3T07). Toutefois, nous avons poursuivi nos efforts visant à augmenter la part de marché des marques à marge supérieure et de luxe telles que Siberian Crown et Klinskoye. Les hausses de part de marché de nos marques de luxe n'ont pas encore compensé les pertes essuyées par les marques de moindre valeur/bon marché, mais cette stratégie devrait porter ses fruits à long terme.

En **Ukraine**, les volumes de nos propres bières ont enregistré une baisse de 8,5 % (croissance de 14,9 % au 3T07), qui se justifie aussi par la priorité qui nous avons donnée aux marques à marge supérieure et de luxe, telles que Chernigivske et Staropramen.

Les volumes ont enregistré une croissance de 2,0 % dans la Zone **Asie-Pacifique**.

En **Chine**, les volumes ont augmenté de 0,9 % et les données du marché jusqu'au mois d'août indiquent que l'industrie est faible, mais que notre part de marché dans les régions où nous sommes actifs s'améliore légèrement.

Nos volumes en **Corée du Sud** ont augmenté de 7,9 %, principalement en raison du succès de la marque Cass, qui a affiché une hausse de 12,8 % au cours du trimestre. Les chiffres relatifs à la préférence des consommateurs pour Cass ont continué d'augmenter et la part de marché de la marque s'est également accrue à ce jour.

Les volumes de livraison de nos **importations européennes aux Etats-Unis** au 3T08 ont augmenté de manière significative, par rapport à une période comparable moins difficile au 3T07, entraînant une croissance de 72,2 %. Les volumes des livraisons aux consommateurs ont continué d'afficher une solide augmentation, grâce à la forte croissance enregistrée par Stella Artois et Beck's.

COMPTE DE RÉSULTATS - 3T08

Tableau 3. Compte de résultats consolidé (en millions d'euros)						
	3T07	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T08	Croissance interne
Produits	3 778	- 28	- 93	289	3 946	7,7%
Coûts des ventes	-1 553	12	61	- 185	-1 666	-12,0%
Marge brute	2 224	- 16	- 33	104	2 281	4,7%
Frais de distribution	- 447	4	13	- 32	- 463	-7,3%
Frais commerciaux et de marketing	- 532	5	17	- 66	- 576	-12,5%
Frais administratifs	- 251	6	1	23	- 221	9,2%
Autres produits/charges d'exploitation	62	- 11	- 1	18	68	30,2%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents	1 056	- 12	- 3	47	1 088	4,5%
Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	12				- 77	
Coûts financiers nets	- 157				- 158	
Coûts financiers nets (non-récurrents)	0				- 25	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	0				1	
Impôts sur le résultat	- 197				- 180	
Bénéfice	714				649	
attribuable aux porteurs des capitaux propres d'InBev	519				447	
attribuable aux intérêts minoritaires	195				202	
EBITDA normalisé	1 330	- 14	- 10	86	1 393	6,5%

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 6 novembre 2008 – 8/8

L'EBIT et l'EBITDA normalisés s'entendent avant éléments non récurrents. L'impact des éléments non récurrents au 3T08 était de -77 millions d'euros sur l'EBIT et sur l'EBITDA, alors qu'il était de +12 millions d'euros sur l'EBIT et de -9 millions d'euros sur l'EBITDA au 3T07.

Sauf indication contraire, les analyses ci-dessous sont basées sur des chiffres internes et se rapportent au 3T08 sur la base d'une comparaison avec la même période de l'année dernière :

Produits - Les produits consolidés ont augmenté de 7,7 % (289 millions d'euros) au troisième trimestre, pour atteindre 3 946 millions d'euros. La hausse des produits est le résultat de la croissance des volumes et de l'augmentation des produits par HI de 5,7 % qui reflète le portefeuille de produits et les activités de gestion des produits mises en œuvres au sein de nos entreprises. Sur une base géographique constante, c'est-à-dire en éliminant l'impact d'une croissance plus rapide dans des pays à plus faibles produits par HI en euros, les produits par HI auraient augmenté de 6,7 % en interne. Nous restons engagés quant à l'accomplissement d'une croissance des produits supérieure à celle des volumes.

Coûts des ventes (CdV) - Les CdV consolidés ont enregistré une hausse de 12,0 % (185 millions d'euros) par rapport à l'an dernier, s'élevant ainsi à 1 666 millions d'euros. Les CdV par HI étaient en hausse de 9,9 %. Sur une base géographique constante, la croissance interne des coûts des ventes par HI aurait atteint 11,5 %.

Les charges d'exploitation ont augmenté de 5,0 % au troisième trimestre, la hausse des frais commerciaux ayant été en partie atténuée par une baisse des frais administratifs. La hausse des charges d'exploitation globales est principalement due à l'augmentation des frais commerciaux et de marketing, qui s'élevait à 12,5 %. Cette hausse est en ligne avec notre engagement à générer une croissance des volumes et des produits à long terme. Les frais de distribution ont augmenté de 32 millions d'euros (7,3%) pour atteindre 463 millions d'euros. Les frais administratifs ont diminué de 23 millions d'euros (9,2 %), pour totaliser 221 millions d'euros, grâce à une bonne gestion des coûts fixes et à une baisse des provisions pour bonus par rapport à l'an dernier. Les autres produits/charges d'exploitation ont fait 18 millions d'euros de mieux que l'an dernier.

EBITDA – L'EBITDA normalisé au 3T08 de 1 393 millions d'euros affiche une hausse de 6,5 % par rapport à l'an dernier (en hausse de 86 millions d'euros).

- L'EBITDA de l'Amérique du Nord s'est élevé à 173 millions d'euros (-2,3 % / en baisse de 5 millions d'euros), la solide croissance des produits ayant été plus qu'effacée par la hausse des coûts de ventes et des charges d'exploitation.
- L'EBITDA de la Zone Amérique latine Nord a atteint 582 millions d'euros (+ 9,2 % / en hausse de 46 millions d'euros), grâce à des hausses importantes des volumes et des produits ainsi qu'à une bonne gestion des frais fixes.
- L'EBITDA de la Zone Amérique latine Sud a atteint 102 millions d'euros (+30,7 % / en hausse de 24 millions d'euros), stimulé principalement par une solide performance des volumes et une bonne gestion des produits.
- L'Europe de l'Ouest a enregistré un EBITDA de 207 millions d'euros (-0,3 % / en baisse d'1 million d'euros) étant donné que la croissance de la marge brute a été atténuée par la hausse des frais commerciaux.
- L'EBITDA de la Zone Europe centrale & de l'Est était de 162 millions d'euros (-19,1 % / en baisse de 40 millions euros), en raison d'une baisse des volumes, d'une hausse des coûts de ventes et d'une hausse des frais commerciaux et de marketing, stimulées par notre attention continue portée aux marques à marge supérieure.

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 6 novembre 2008 – 9/9

- La Zone Asie-Pacifique a enregistré un EBITDA de 89 millions d'euros (+14,8 % / en hausse de 14 millions d'euros), principalement en raison du succès d'initiatives en matière de gestion des produits et d'une hausse des autres revenus d'exploitation par rapport à l'an dernier.
- L'EBITDA des Sociétés Holding & Exportations Globales s'est élevé à 77 millions d'euros (en hausse de 46 millions d'euros), grâce à une bonne gestion des coûts fixes et à une baisse des provisions pour bonus par rapport à l'an dernier.

La **marge EBITDA** consolidée pour le 3T08 a atteint 35,3 % (3T07 : 35,2 %) ; hausse de 10 points de base par rapport à l'année précédente sur une base non interne, malgré une baisse de 40 points de base en interne après suppression des impacts de variation des devises et de changement dans le périmètre sur les Produits et l'EBITDA.

Eléments non-récurrents – les éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT étaient de -77 millions d'euros. InBev a encouru des coûts de restructuration de 27 millions d'euros au cours du 3e trimestre 2008, principalement à cause d'adaptations organisationnelles et de sous-traitance d'activités en Europe de l'Ouest. De plus, suite à ses projets d'adopter un nouveau modèle de distribution en France, InBev négocie actuellement un transfert d'une participation de contrôle dans son actuel réseau de distribution intégré et la conclusion d'un partenariat concernant la distribution de ses boissons. Dans le cadre de cette réorganisation, InBev a reconnu un de ses actifs détenu en vue de la vente, et a comptabilisé la dépréciation actuellement prévue suite à cette réorganisation d'un montant initial de 50 millions d'euros à partir du 30 septembre 2008.

Bénéfice – Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'InBev a atteint 542 millions d'euros (avec un BPA normalisé de 0,91 euro) au 3T08. Le bénéfice reporté attribuable aux porteurs des capitaux propres d'InBev enregistré pour le 3T08 s'est élevé à 447 millions d'euros et comprenait les impacts suivants :

- **Coûts financiers nets** : 158 millions d'euros ; hausse de 1 million par rapport au 3T07 qui s'explique principalement par des charges d'intérêts plus élevées dans les sociétés holding et chez AmBev Brésil en raison d'un endettement moyen plus élevé, partiellement compensé par une baisse des coûts financiers.
- **Coûts financiers nets non-récurrents** : En vue du rapprochement avec Anheuser-Busch, les sociétés holding ont reconnu des charges non-récurrentes de 25 millions d'euros liées aux commissions d'engagement pour le prêt syndiqué et le prêt relais. Les commissions d'engagement sont à imputer et payables de façon périodique sur le total des montants d'engagement non-prélevés dans le cadre de ces prêts.
- **Impôts sur le résultat** : 180 millions d'euros avec un taux d'imposition effectif de 21,7 % (contre 21,6 % en 2007). En excluant l'impact de la comptabilisation des dépréciations non-récurrentes en France, le taux d'imposition effectif aurait été de 20,5 %.
- **Bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires** : 202 millions d'euros (3T07 : 195 millions d'euros)

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 6 novembre 2008 – 10/10

Tableau 4. Résultats consolidés (millions d'euros)

	9M08	9M07	Croissance interne
Volumes totaux (en milliers d'hl)	199 295	198 286	0,8%
Volumes des bières	169 401	170 185	-0,1%
Dont volumes de nos bières	165 766	165 500	0,4%
Volumes des non bières	29 894	28 101	6,4%
Produits	10 854	10 549	5,7%
Marge brute	6 268	6 185	3,0%
EBITDA normalisé	3 614	3 525	4,3%
EBIT normalisé	2 764	2 727	2,6%
Bénéfice (normalisé) attribuable aux porteurs des capitaux propres d'InBev	1 360	1 282	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'InBev	1 238	1 298	
Bénéfice normalisé par action (euro)	2,27	2.10	
Bénéfice par action (euro)	2,07	2,12	
Marges			
Marge brute	57,7%	58,6%	-150 bp
Marge EBITDA normalisée	33,3%	33,4%	-45 bp
Marge EBIT normalisée	25,5%	25,9%	-76 bp

VOLUMES DURANT LES 9 PREMIERS MOIS DE L'ANNEE 2008

Tableau 5. Volumes (en milliers d'hl)

	9M07	Scope	Croissance interne	9M08	Croissance interne
Amérique du Nord	9 413	83	119	9 614	1,3%
Amérique latine Nord	69 533	46	1 442	71 021	2,1%
Amérique latine Sud	20 692	0	2 441	23 133	11,8%
Europe de l'Ouest	27 173	- 824	- 848	25 501	-3,2%
Europe centrale et de l'Est	38 492	0	-1 770	36 722	-4,6%
Asie-Pacifique	29 253	0	332	29 585	1,1%
Sociétés Holding et exportations globales	3 730	68	- 78	3 720	-2,1%
InBev au niveau mondial	198 286	- 628	1 637	199 295	0,8%

Sauf indication contraire, les analyses ci-dessous sont basées sur des chiffres internes et se rapportent aux neuf premiers mois de l'année 2008 sur la base d'une comparaison avec la même période de l'année dernière:

Les **volumes consolidés** d'InBev ont affiché une hausse de 0,8 % au cours de neuf premiers mois de l'année 2008 par rapport à l'an dernier et les **volumes de nos propres bières** ont augmenté de 0,4 %. Les volumes des **boissons non alcoolisées** ont enregistré à ce jour une hausse de 6,4 %.

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 6 novembre 2008 – 11/11

Les volumes brassicoles en **Amérique du Nord** ont affiché une croissance de 1,3 % au cours des neuf premiers mois de l'année 2008. Au **Canada**, les volumes de nos propres bières ont vu une hausse de 1,3 %.

En **Amérique latine Nord**, les volumes ont augmenté de 2,1 % (bières +0,9 % ; non bières + 5,1 %). Les volumes brassicoles au **Brésil** ont progressé de 0,9 %.

Dans la Zone **Amérique latine Sud**, nos volumes ont enregistré une hausse de 11,8 % au cours des neuf premiers mois de 2008 (bière +12,9 %; non bière +10,3 %). Tous les pays ont réalisé une croissance à deux chiffres en ce qui concerne les volumes brassicoles, les volumes brassicoles de l'Argentine affichant une hausse de 12,8 %.

Nos propres volumes en **Europe de l'Ouest** ont augmenté de 0,5 %, alors que les volumes totaux ont diminué de 3,2 %, suite à notre stratégie visant à réduire les volumes sous-traités et les produits commerciaux.

En **Belgique**, les volumes de nos propres bières ont enregistré une baisse de 2,2 % pendant les neuf premiers mois de 2008. Les volumes de nos propres bières au **Royaume-Uni** sont en baisse de 2,3 % par rapport à l'année dernière, et les volumes de nos propres bières ont augmenté de 6,4 % en **Allemagne**.

Les volumes de nos propres bières dans la Zone **Europe centrale et de l'Est** étaient en baisse de 4,6 % pendant les neuf premiers mois de 2008. En **Russie**, les volumes de nos propres bières ont affiché une baisse de 9,7 %, principalement en raison de notre concentration sur les marques à marge supérieure. En **Ukraine**, les volumes de nos propres bières étaient en baisse de 0,3 % pendant les neuf premiers mois.

Les volumes de la Zone **Asie-Pacifique** étaient en hausse de 1,1 % par rapport à l'an dernier, les volumes de la **Corée du Sud** affichant une croissance de 6,0 % et les volumes de la **Chine** restant inchangés par rapport à l'an dernier.

Les livraisons vers les Etats-Unis de nos **Importations européennes** ont affiché une hausse de 3,9 %, stimulées par la forte croissance de Stella Artois.

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 6 novembre 2008 – 12/12

COMPTE DE RÉSULTATS – 9M08

Tableau 6. Compte de résultats consolidé (en millions d'euros)						
	9M07	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M08	Croissance interne
Produits	10 549	- 35	- 261	601	10 854	5,7%
Coûts des ventes	-4 363	18	175	- 416	-4 586	-9,6%
Marge brute	6 185	- 16	- 86	185	6 268	3,0%
Frais de distribution	-1 271	0	31	- 69	-1 310	-5,5%
Frais commerciaux et de marketing	-1 621	14	52	- 129	-1 683	-8,0%
Frais administratifs	- 739	- 23	5	58	- 699	7,7%
Autres produits/charges d'exploitation	173	- 6	- 3	24	188	12,9%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents	2 727	- 31	- 2	71	2 764	2,6%
Eléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	35				- 113	
Coûts financiers nets	- 453				- 493	
Coûts financiers nets (non-récurrents)	0				- 25	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	0				3	
Impôts sur le résultat	- 464				- 332	
Bénéfice	1 845				1 804	
attribuable aux porteurs des capitaux propres d'InBev	1 298				1 238	
attribuable aux intérêts minoritaires	547				566	
EBITDA normalisé	3 525	- 36	- 25	150	3 614	4,3%

L'EBIT et l'EBITDA normalisés s'entendent avant éléments non récurrents. L'impact des éléments non récurrents au 9M08 était de -113 millions d'euros sur l'EBIT et sur l'EBITDA, alors qu'il était de +35 millions d'euros sur l'EBIT et de -9 millions d'euros sur l'EBITDA au 9M07.

Sauf indication contraire, les analyses ci-dessous sont basées sur des chiffres internes et se rapportent aux neuf premiers mois de l'année 2008 sur la base d'une comparaison avec la même période de l'année dernière:

Produits - Les produits consolidés ont augmenté de 5,7 % (601 millions d'euros) pour atteindre 10 854 millions d'euros. Les produits par HI étaient en hausse de 4,9 %, toutes les Zones enregistrant une hausse des produits par HI, ce qui reflète ainsi les améliorations continues apportées à notre portefeuille de produits et les autres initiatives en matière de gestion des produits. Sur une base géographique constante, c'est-à-dire en éliminant l'impact d'une croissance plus rapide dans des pays à plus faibles produits par HI en euros, les produits par HI auraient augmenté de 5,9 % en interne.

Coûts des ventes (CdV) - Les CdV consolidés s'élevant à 4 586 millions d'euros ont enregistré une hausse de 9,6 % (416 millions d'euros) par rapport à l'an dernier. Les CdV par HI ont augmenté de 8,7 %. Sur une base géographique constante, la croissance interne des coûts des ventes par HI aurait atteint 10,1 %.

Charges d'exploitation - Les charges d'exploitation pour les neuf premiers mois de 2008 ont totalisé 3 504 millions d'euros, soit une hausse interne de 3,4 % (116 millions d'euros), la bonne gestion des frais fixes et la baisse des provisions de bonus ayant été plus que compensées par l'augmentation des frais commerciaux. La hausse des frais commerciaux fait partie de notre stratégie visant à investir dans la création de valeur à long terme grâce au développement des marques.

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 6 novembre 2008 – 13/13

EBITDA - L'EBITDA normalisé s'élevait à 3 614 millions d'euros durant les neuf premiers mois de 2008, soit une hausse de 4,3 % par rapport à l'an dernier (hausse de 150 millions d'euros). La marge EBITDA consolidée pour les neuf premiers mois était de 33,3 % (2007 : 33,4 %), représentant une baisse interne de 45 points de base.

- L'EBITDA de l'Amérique du Nord était de 436 millions d'euros (+4,6 % / en hausse de 20 millions d'euros).
- L'EBITDA de l'Amérique latine Nord était de 1 676 millions d'euros (+4,4 % / en hausse de 67 millions d'euros).
- L'EBITDA de l'Amérique latine Sud a atteint 332 millions d'euros (+37,6 % / en hausse de 99 millions d'euros).
- En Europe de l'Ouest, l'EBITDA était de 481 millions d'euros (-5,9 % / en baisse de 33 millions d'euros)
- La Zone Europe centrale et de l'Est a réalisé un EBITDA de 328 millions d'euros (-17,6 % / en baisse de 74 millions d'euros).
- La Zone Asie-Pacifique a enregistré un EBITDA de 181 millions d'euros (+1,7 % / en hausse de 4 millions d'euros)
- L'EBITDA des Sociétés Holding & des Exportations Globales était de 179 millions d'euros (en hausse de 68 millions d'euros).

Bénéfice – Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'InBev a atteint 1 360 millions d'euros (BPA normalisé de 2,27 euros) pour les neuf premiers mois de 2008. Le bénéfice reporté attribuable aux porteurs des capitaux propres d'InBev enregistré pour cette période était de 1 238 millions d'euros et comprenait les impacts suivants:

- **Coûts financiers nets:** 493 millions d'euros (contre 453 millions d'euros en 2007). Cette différence s'explique principalement par des charges d'intérêts plus élevées dans les sociétés holding et chez AmBev Brésil en raison d'un endettement moyen net plus élevé.
- **Coûts financiers nets non-récurrents:** En vue du rapprochement avec Anheuser-Busch, la société a reconnu des charges non-récurrentes de 25 millions d'euros liées aux commissions d'engagement pour le prêt syndiqué et le prêt relais. Les commissions d'engagement sont à imputer et payables de façon périodique sur le total des montants d'engagement non-prélevés dans le cadre de ces prêts.
- **Impôts sur le résultat:** 332 millions d'euros avec un taux d'imposition effectif de 15,6 % (contre 20,1 % en 2007). Cette baisse est principalement due à la comptabilisation d'impôts différés de 83 millions d'euros après utilisation des pertes fiscales non comptabilisées précédemment. Ceci a été en partie compensé par la comptabilisation de dépréciations non-récurrentes sur le réseau de distribution français, pour lequel aucun impôt différé n'est comptabilisé. En outre, la société continue de bénéficier au niveau d'AmBev de l'impact d'intérêts sur des paiements de capitaux propres, de l'effet de la déduction fiscale sur le goodwill résultant de la fusion entre InBev Holding Brasil et AmBev en juillet 2005 et de l'acquisition de Quinsa en août 2006. En excluant l'impact de la comptabilisation des impôts différés et des charges non-récurrentes en France, le taux d'imposition effectif aurait été de 19,0 %.
- **Bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires:** 566 millions d'euros (9M07 : 547 millions d'euros).

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 6 novembre 2008 – 14/14

EFFETS DE CHANGE

Risque transactionnel lié au change - InBev couvre systématiquement ses risques transactionnels liés au change, mais ne couvre pas les risques translationnels. A la fin du mois d'octobre 2008, InBev avait déjà couvert de la totalité des risques transactionnels de change real brésilien/dollar américain anticipés pour 2009 à un cours de change à terme moyen de 1,88 real brésilien par dollar américain (équivalent à un cours de change au comptant moyen de 1,74), c'est-à-dire 5,8 % plus faible que le cours moyen de 2,00 dollar américain/real brésilien pour 2008, ce qui devrait entraîner un impact positif sur l'EBITDA en 2009 de BRL 83,7 millions.

D'autres risques tels que Dollar américain / Peso argentin, Dollar américain / Rouble russe, Euro / Rouble russe, Euro / Leu roumain, Euro / Hryvnia ukrainien étaient totalement ou presque entièrement couverts pour 2009 avant l'agitation récente du marché, à des taux comparables aux taux moyens pour 2008, ne générant pas d'impact transactionnel significatif.

Equilibrage de la composition monétaire de la dette - Notre risque actuel lié à la composition monétaire de la dette équilibre pratiquement celui de notre génération d'EBITDA / de flux de trésorerie. Notre effet levier actuel tel que mesuré par l'endettement net par rapport à l'EBITDA reste substantiellement inchangé suite aux récentes variations des taux de change.

Augmentation de capital - Conformément à ce qui a été annoncé précédemment, InBev a aligné les sources et l'utilisation des bénéfices destinés à l'augmentation de capital, par pré-couverture des risques liés au change EUR-US dollar, pour un taux de change moyen de USD 1,5409 /EUR. Etant donné que l'augmentation de capital sera en EUR et que l'achat des actions d'Anheuser-Busch sera exécuté en US dollars, ces accords de couverture provoqueront en réalité une réduction du nombre d'actions InBev émises, en comparaison avec le nombre d'actions qui aurait été émises, sur la base des taux de change actuels sur le marché.

Utilisation d'instruments dérivés - InBev a été conservatrice quant à l'utilisation d'instruments dérivés et n'a pas subi d'impacts négatifs sur les liquidités dus à la récente volatilité du marché.

PERSPECTIVES

Notre stratégie de marque consiste à continuer à concentrer notre attention sur les marques à potentiel de croissance plus élevé dans chaque segment consommateur important.

Nous sommes convaincus que le rapprochement imminent avec Anheuser-Busch et le développement continu de nos programmes actuels tels que Values Based Brands, Zero Base Budgeting et Voyager Plant Optimization nous permettront de continuer à tenir nos engagements de croissance durable des volumes internes et des bénéfices, ainsi que l'extension continue de la marge EBITDA.

Outre l'exécution de nos activités mondiales, notre priorité concernant la société nouvellement fusionnée sera triple: (i) l'intégration des activités, (ii) le désendettement de la société fusionnée et (iii) la réalisation des synergies annoncées. La génération de flux de trésorerie sera l'une des principales priorités à cet égard et la société fusionnée sera bien armée pour mener à bien ce projet.

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 6 novembre 2008 – 15/15

Nous sommes convaincus que nos collaborateurs sont notre seul avantage concurrentiel durable à long terme pour réaliser notre rêve d'être la meilleure entreprise brassicole dans un monde meilleur. En ces temps difficiles, nous comptons plus que jamais sur un solide travail d'équipe de la part de collaborateurs formidables afin de continuer à tenir nos engagements.

Nous restons engagés afin de générer une valeur durable pour nos actionnaires.

Les données financières contenues dans le présent document n'ont pas été auditées ni révisées par notre commissaire.

Annexes

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

- Informations sectorielles pour le troisième trimestre 2008 (3T08)
- Informations sectorielles pour les neuf premiers mois de 2008 (9M08)
- Réconciliation entre les chiffres préparés selon les normes comptables brésiliennes et les normes IFRS pour l'Amérique latine (9M08)

Agenda de la publication des résultats du troisième trimestre 2008

6 novembre 2008

Conférence téléphonique des résultats du 3T08 pour les investisseurs

14h00 CET / 13h00 BST / 8h00 EST - tous les détails concernant l'inscription sont disponibles 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

Contacts

Marianne Amssoms
Vice President Global External Communications
Tel: +32-16-27-67-11
Fax: +32-16-50-67-11
E-mail: marianne.amssoms@inbev.com

Fabio Spina
Vice President Investor Relations
Tel: +32-16-27-62-43
Fax: +32-16-50-62-43
E-mail: fabio.spina@inbev.com

Thelke Gerdes
Investor Relations Manager
Tel: +32-16-27-68-88
Fax: +32-16-50-68-88
E-mail: thelke.gerdes@inbev.com

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 6 novembre 2008 – 16/16

Légende des déclarations de nature prévisionnelle:

Déclarations de nature prévisionnelle :

Certaines déclarations contenues dans le présent rapport qui n'évoquent pas des faits historiques sont de nature prévisionnelle, bien que de telles déclarations ne soient pas expressément identifiées. En outre, les futurs dossiers d'InBev et d'Anheuser-Busch auprès de la Securities and Exchange Commission ("SEC"), des communiqués de presse, et des déclarations orales et écrites faites par ou avec le consentement d'InBev peuvent contenir certaines déclarations qui n'évoquent pas des faits historiques et qui sont de nature prévisionnelle. Les déclarations de nature prévisionnelle comprennent, sans toutefois s'y limiter : (i) les déclarations relatives aux avantages de la fusion d'InBev et d'Anheuser-Busch, y compris les futurs résultats financiers et d'exploitation, les synergies, les économies de coûts, l'amélioration des bénéfices et l'accroissement des gains que permettra la fusion; (ii) les déclarations sur le moment de la fusion d'InBev et d'Anheuser-Busch; (iii) les déclarations relatives aux objectifs stratégiques, aux perspectives commerciales, à la future situation financière, aux budgets, aux niveaux projetés de production, aux coûts projetés et aux niveaux de produits et de bénéfices projetés par InBev ou Anheuser-Busch, leurs cadres ou leur conseil d'administration; (iv) les déclarations relatives à l'évolution de la performance économique ; et (v) les déclarations d'hypothèses étayant de telles déclarations.

Les déclarations de nature prévisionnelle ne garantissent pas des résultats futurs et comportent certains risques, incertitudes et hypothèses difficiles à prévoir qui échappent au contrôle du management d'InBev et d'Anheuser-Busch. Par conséquent, les résultats réels peuvent s'écarter substantiellement de ce qui est formulé ou prévu dans de telles déclarations de nature prévisionnelle. Il y a lieu de ne pas se fier de manière excessive à ces indications de nature prévisionnelle. Les facteurs susceptibles d'entraîner un écart entre les résultats réels et ceux qui figurent dans les déclarations de nature prévisionnelle englobent, sans toutefois s'y limiter : (i) le risque d'une intégration infructueuse des activités d'InBev et d'Anheuser-Busch ou d'une intégration plus difficile, plus longue ou plus coûteuse que prévue ; (ii) le risque de ne pas réaliser (ou de réaliser seulement partiellement) dans les délais prévus les synergies de revenus et les économies de coûts prévues à la suite de la fusion; (iii) des produits engendrés par la fusion inférieurs au niveau escompté; (iv) des frais d'exploitation, une perte de clientèle et une interruption de l'activité consécutifs à la fusion, y compris, sans toutefois s'y limiter, les difficultés de garder des relations avec les employés, supérieurs au niveau escompté; (v) la possibilité d'obtenir des approbations gouvernementales et réglementaires de la fusion aux conditions et à la date prévues; (vi) la non-approbation de la fusion par les actionnaires d'InBev ou d'Anheuser-Busch; (vii) les conditions économiques locales, régionales, nationales et internationales et leur impact potentiel sur InBev et Anheuser-Busch et leurs clients et l'évaluation de cet impact par InBev et Anheuser-Busch; (viii) une hausse de la compétition des concurrents au niveau des prix et des produits, y compris de nouveaux arrivants; (ix) des évolutions et changements technologiques rapides; (x) la capacité d'InBev de continuer à lancer de nouveaux produits et services concurrentiels de façon adéquate et rentable; (xi) la maîtrise des coûts et des dépenses; (xii) des changements des politiques gouvernementale et publique; (xiii) la protection et la validité des droits de propriété intellectuelle; (xiv) les risques technologiques, de mise en oeuvre et financiers inhérents à de gros contrats pluriannuels; (xv) le résultat de procédures en cours et futurs et les procédures gouvernementales; (xvi) la disponibilité de financement à long terme; (xvii) les ressources financières, à savoir les montants nécessaires pour supporter au moment voulu et aux conditions requises les activités futures de l'entreprise fusionnée; et (xviii) des écarts substantiels entre les résultats financiers effectifs de la fusion et les activités d'acquisition par rapport aux prévisions d'InBev, y compris la pleine réalisation des économies de coûts et améliorations de bénéfice prévus. Toutes les futures déclarations écrites et orales de nature prévisionnelle faites au sujet de la transaction proposée ou d'autres questions, et attribuables à InBev ou Anheuser-Busch, ou à toute autre personne agissant en leur nom, sont expressément et intégralement faites sous réserve des mises en garde susmentionnées. Les déclarations de nature prévisionnelle s'appliquent seulement à partir de la date à laquelle elles sont faites. InBev et Anheuser-

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 6 novembre 2008 – 17/17

Busch ne s'engage nullement à mettre à jour une quelconque déclaration de nature prévisionnelle pour refléter des événements ou circonstances survenus après la date de ladite déclaration, ou pour refléter la survenue d'événements imprévus.

INFORMATIONS IMPORTANTES

La présente communication peut être considérée comme une sollicitation dans le cadre de la proposition d'acquisition d'Anheuser-Busch par InBev. Dans le cadre de la proposition d'acquisition, InBev et Anheuser-Busch ont transmis et ont l'intention de transmettre les documents pertinents à la SEC, y compris la circulaire de sollicitation de procurations d'Anheuser-Busch dans l'Annexe 14A.

IL EST DEMANDE AUX INVESTISSEURS D'ANHEUSER-BUSCH DE LIRE TOUS LES DOCUMENTS PERTINENTS TRANSMIS A LA SEC, Y COMPRIS LA CIRCULAIRE DE SOLLICITATION DE PROCURATIONS D'ANHEUSER-BUSCH, PARCE QU'ILS CONTIENDRONT DES INFORMATIONS IMPORTANTES AU SUJET DE LA TRANSACTION PROPOSEE.

Les investisseurs et détenteurs de titres pourront obtenir les documents gratuitement via le site Internet géré par la SEC www.sec.gov; les actionnaires d'Anheuser-Busch peuvent obtenir gratuitement les documents ayant trait à la transaction, auprès d'Anheuser-Busch.

InBev et certains de ses administrateurs et dirigeants, ainsi que d'autres personnes, et Anheuser-Busch et ses administrateurs et certains de ses dirigeants pourraient participer à la sollicitation de procurations des actionnaires d'Anheuser-Busch dans le cadre de la transaction proposée.

Les informations relatives aux administrateurs et aux dirigeants d'InBev peuvent être consultées dans son Rapport annuel pour l'année se terminant au 31 décembre 2007, disponible sur www.InBev.com/annualreport_2007. Les informations concernant les administrateurs et dirigeants d'Anheuser-Busch et leurs intérêts respectifs dans Anheuser-Busch, en vertu des actions qu'ils détiennent ou autrement, figurent dans la circulaire de sollicitation de procurations relative à l'assemblée annuelle des actionnaires de 2008, transmise à la SEC le 10 mars 2008. Les investisseurs peuvent obtenir des renseignements complémentaires sur l'intérêt des participants en lisant la circulaire de sollicitation de procurations relative à l'acquisition transmise à la SEC le 6 octobre 2008.

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 6 novembre 2008 – 18/18

Annexe 1 Informations sectorielles 3T08

Annexe 1 - Informations sectorielles 3T08 (en millions d'euros)						
InBev au niveau mondial	3T07	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T08	Croissance interne
Volumes totaux (millier Hls)	71 084	- 624	-	1 372	71 832	1,9%
Produits	3 778	- 28	- 93	289	3 946	7,7%
Coûts des ventes	-1 553	12	61	- 185	-1 666	-12,0%
Marge brute	2 224	- 16	- 33	104	2 281	4,7%
Frais de distribution	- 447	4	13	- 32	- 463	-7,3%
Frais commerciaux et de marketing	- 532	5	17	- 66	- 576	-12,5%
Frais administratifs	- 251	6	1	23	- 221	9,2%
Autres produits/charges d'exploitation	62	- 11	- 1	18	68	30,2%
EBIT normalisé	1 056	- 12	- 3	47	1 088	4,5%
EBITDA normalisé	1 330	- 14	- 10	86	1 393	6,5%
Marge EBITDA normalisé	35,2%				35,3%	-40 bp
Amérique du Nord	3T07	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T08	Croissance interne
Volumes totaux (millier Hls)	3 558	0	-	17	3 574	0,5%
Produits	447	0	- 44	19	422	4,2%
Coûts des ventes	- 136	0	14	- 20	- 141	-14,6%
Marge brute	312	0	- 29	- 1	281	-0,3%
Frais de distribution	- 75	0	8	- 7	- 74	-9,3%
Frais commerciaux et de marketing	- 50	0	5	- 3	- 48	-6,5%
Frais administratifs	- 15	0	2	- 1	- 14	-4,1%
Autres produits/charges d'exploitation	2	0	0	7	8	-
EBIT normalisé	173	0	- 15	- 5	153	-2,9%
EBITDA normalisé	195	0	- 17	- 5	173	-2,3%
Marge EBITDA normalisé	43,6%				41,1%	-274 bp
Amérique latine Nord	3T07	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T08	Croissance interne
Volumes totaux (millier Hls)	23 038	- 335	-	1 074	23 777	4,7%
Produits	1 145	- 8	74	65	1 276	5,8%
Coûts des ventes	- 401	0	- 22	- 16	- 439	-4,0%
Marge brute	745	- 8	52	49	838	6,7%
Frais de distribution	- 131	1	- 7	- 15	- 152	-11,5%
Frais commerciaux et de marketing	- 124	- 1	- 7	- 7	- 140	-6,0%
Frais administratifs	- 76	6	- 3	9	- 65	12,5%
Autres produits/charges d'exploitation	19	0	2	4	25	23,7%
EBIT normalisé	432	- 3	36	40	505	9,3%
EBITDA normalisé	499	- 3	40	46	582	9,2%
Marge EBITDA normalisé	43,6%				45,6%	143 bp
Amérique latine Sud	3T07	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T08	Croissance interne
Volumes totaux (millier Hls)	6 503	0	-	841	7 345	12,9%
Produits	213	0	- 13	78	277	36,5%
Coûts des ventes	- 93	0	8	- 41	- 126	-43,9%
Marge brute	119	0	- 5	37	151	30,8%
Frais de distribution	- 19	0	2	- 6	- 23	-31,3%
Frais commerciaux et de marketing	- 28	0	2	- 5	- 31	-17,0%
Frais administratifs	- 13	0	1	- 1	- 13	-9,4%
Autres produits/charges d'exploitation	- 1	0	0	- 3	- 3	-
EBIT normalisé	59	0	- 1	22	80	36,8%
EBITDA normalisé	80	0	- 2	24	102	30,7%
Marge EBITDA normalisé	37,6%				37,0%	-162 bp
Europe de l'Ouest	3T07	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T08	Croissance interne
Volumes totaux (millier Hls)	9 311	- 288	-	- 210	8 812	-2,3%
Produits	886	- 18	- 43	34	859	3,9%
Coûts des ventes	- 412	11	28	- 10	- 384	-2,4%
Marge brute	474	- 7	- 15	24	476	5,2%
Frais de distribution	- 106	3	5	- 3	- 101	-2,6%
Frais commerciaux et de marketing	- 161	6	7	- 20	- 167	-13,0%
Frais administratifs	- 52	- 2	1	- 1	- 54	-1,7%
Autres produits/charges d'exploitation	- 8	- 11	- 1	- 5	- 24	-38,2%
EBIT normalisé	147	- 11	- 3	- 4	130	-2,8%
EBITDA normalisé	226	- 13	- 6	- 1	207	-0,3%

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 6 novembre 2008 – 19/19

Annexe 1 Informations sectorielles 3T08 (suite)

Central and Eastern Europe	3Q07	Scope	Currency translation	Organic growth	3Q08	Organic growth
Total volumes (thousand Hls)	15 133	0	0	-833	14 300	-5.5%
Revenue	697	0	-24	34	707	4.9%
Cost of sales	-298	0	14	-64	-347	-21.4%
Gross profit	399	0	-10	-29	360	-7.4%
Distribution expenses	-88	0	2	4	-81	5.1%
Sales and marketing expenses	-102	0	3	-24	-123	-23.7%
Administrative expenses	-32	1	1	-4	-34	-12.0%
Other operating income/expenses	-25	0	0	-4	-29	-16.5%
Normalized EBIT	153	1	-4	-57	93	-37.1%
Normalized EBITDA	207	1	-6	-40	162	-19.1%
Normalized EBITDA margin	29.7%				22.8%	-680 bp
Asia Pacific	3Q07	Scope	Currency translation	Organic growth	3Q08	Organic growth
Total volumes (thousand Hls)	12 266	0	0	249	12 516	2.0%
Revenue	312	0	-40	34	306	11.0%
Cost of sales	-151	0	16	-22	-157	-14.8%
Gross profit	161	0	-24	12	149	7.4%
Distribution expenses	-20	0	3	-3	-20	-15.7%
Sales and marketing expenses	-56	0	7	-8	-57	-14.5%
Administrative expenses	-16	0	1	-2	-17	-9.7%
Other operating income/expenses	-2	0	-2	13	9	566.8%
Normalized EBIT	67	0	-16	12	63	17.3%
Normalized EBITDA	93	0	-18	14	89	14.8%
Normalized EBITDA margin	29.8%				29.0%	104 bp
Global Export and Holding Companies	3Q07	Scope	Currency translation	Organic growth	3Q08	Organic growth
Total volumes (thousand Hls)	1 275	0	0	234	1 509	18.4%
Revenue	77	-1	-3	25	98	32.8%
Cost of sales	-63	1	2	-13	-72	-20.5%
Gross profit	14	0	0	12	26	86.6%
Distribution expenses	-8	0	0	-3	-11	-36.6%
Sales and marketing expenses	-11	0	1	2	-9	17.0%
Administrative expenses	-47	2	0	22	-24	48.1%
Other operating income/expenses	77	0	-1	6	82	7.2%
Normalized EBIT	24	2	-1	40	64	151.7%
Normalized EBITDA	30	2	-1	46	77	145.2%

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 6 novembre 2008 – 20/20

Annexe 2 Informations sectorielles 9M08

Annexe 2 - Informations sectorielles 9M08 (en millions d'euros)						
InBev au niveau mondial	9M07	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M08	Croissance interne
Volumes totaux (millier Hls)	198 286	- 628	-	1 637	199 295	0,8%
Produits	10 549	- 35	- 261	601	10 854	5,7%
Coûts des ventes	-4 363	18	175	- 416	-4 586	-9,6%
Marque brute	6 185	- 16	- 86	185	6 268	3,0%
Frais de distribution	-1 271	0	31	- 69	-1 310	-5,5%
Frais commerciaux et de marketing	-1 621	14	52	- 129	-1 683	-8,0%
Frais administratifs	- 739	- 23	5	58	- 699	7,7%
Autres produits/charges d'exploitation	173	- 6	- 3	24	188	12,9%
EBIT normalisé	2 727	- 31	- 2	71	2 764	2,6%
EBITDA normalisé	3 525	- 36	- 25	150	3 614	4,3%
Marque EBITDA normalisé	33,4%				33,3%	-45 bp
Amérique du Nord	9M07	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M08	Croissance interne
Volumes totaux (millier Hls)	9 413	83	-	119	9 614	1,3%
Produits	1 169	8	- 65	44	1 156	3,8%
Coûts des ventes	- 369	- 2	25	- 32	- 378	-8,6%
Marque brute	800	6	- 40	13	778	1,6%
Frais de distribution	- 207	- 7	10	- 9	- 213	-4,4%
Frais commerciaux et de marketing	- 163	6	9	6	- 142	3,9%
Frais administratifs	- 61	- 1	3	6	- 52	10,4%
Autres produits/charges d'exploitation	3	0	- 1	4	6	-
EBIT normalisé	372	4	- 19	20	377	5,4%
EBITDA normalisé	434	5	- 23	20	436	4,6%
Marque EBITDA normalisé	37,1%				37,8%	31 bp
Amérique latine Nord	9M07	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M08	Croissance interne
Volumes totaux (millier Hls)	69 533	46	-	1 442	71 021	2,1%
Produits	3 354	1	172	189	3 716	5,7%
Coûts des ventes	-1 164	- 9	- 50	- 66	-1 289	-5,7%
Marque brute	2 191	- 9	122	123	2 427	5,6%
Frais de distribution	- 392	- 2	- 15	- 29	- 438	-7,5%
Frais commerciaux et de marketing	- 348	- 2	- 15	- 45	- 411	-13,0%
Frais administratifs	- 194	- 22	- 8	12	- 211	5,8%
Autres produits/charges d'exploitation	76	28	5	- 18	91	-16,9%
EBIT normalisé	1 332	- 6	88	43	1 458	3,3%
EBITDA normalisé	1 519	- 6	96	67	1 676	4,4%
Marque EBITDA normalisé	45,3%				45,1%	-54 bp
Amérique latine Sud	9M07	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M08	Croissance interne
Volumes totaux (millier Hls)	20 692	0	-	2 441	23 133	11,8%
Produits	681	0	- 76	204	808	29,9%
Coûts des ventes	- 297	0	36	- 90	- 351	-30,5%
Marque brute	384	0	- 41	113	457	29,4%
Frais de distribution	- 56	0	7	- 16	- 66	-28,4%
Frais commerciaux et de marketing	- 88	0	8	- 11	- 91	-12,1%
Frais administratifs	- 33	0	3	- 2	- 32	-4,8%
Autres produits/charges d'exploitation	- 6	0	0	6	0	-
EBIT normalisé	201	0	- 23	91	269	45,1%
EBITDA normalisé	263	0	- 29	99	332	37,6%
Marque EBITDA normalisé	38,6%				41,1%	228 bp
Europe de l'Ouest	9M07	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M08	Croissance interne
Volumes totaux (millier Hls)	27 173	- 824	-	- 848	25 501	-3,2%
Produits	2 605	- 46	- 111	- 1	2 447	0,0%
Coûts des ventes	-1 217	27	73	- 13	-1 130	-1,1%
Marque brute	1 388	- 20	- 37	- 14	1 317	-1,0%
Frais de distribution	- 312	8	12	- 12	- 304	-4,0%
Frais commerciaux et de marketing	- 523	20	19	- 14	- 499	-2,8%
Frais administratifs	- 178	- 6	3	6	- 176	3,3%
Autres produits/charges d'exploitation	- 49	- 34	- 3	- 5	- 90	-7,4%
EBIT normalisé	326	- 31	- 7	- 39	248	-12,4%
EBITDA normalisé	565	- 37	- 14	- 33	481	-5,9%

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 6 novembre 2008 – 21/ 21

Annexe 2 Informations sectorielles 9M08 (suite)

Europe Centrale et de l'Est	9M07	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M08	Croissance interne
Volumes totaux (millier Hls)	38 492	0	-	-1 770	36 722	-4,6%
Produits	1 721	0	- 79	96	1 737	5,6%
Coûts des ventes	- 757	0	45	- 157	- 870	-20,8%
Marge brute	963	0	- 34	- 62	868	-6,4%
Frais de distribution	- 225	0	9	2	- 214	0,9%
Frais commerciaux et de marketing	- 301	0	12	- 49	- 338	-16,1%
Frais administratifs	- 99	1	2	10	- 86	9,8%
Autres produits/charges d'exploitation	- 75	0	0	- 4	- 79	-5,7%
EBIT normalisé	264	1	- 11	- 103	151	-38,8%
EBITDA normalisé	420	1	- 18	- 74	328	-17,6%
Marque EBITDA normalisé	24,4%				18,9%	-537 bp
Asie-Pacifique	9M07	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M08	Croissance interne
Volumes totaux (millier Hls)	29 253	0	-	332	29 585	1,1%
Produits	786	0	- 96	64	754	8,1%
Coûts des ventes	- 388	0	41	- 47	- 393	-12,1%
Marge brute	399	0	- 55	17	361	4,2%
Frais de distribution	- 53	0	8	- 5	- 51	-10,2%
Frais commerciaux et de marketing	- 160	0	19	- 22	- 164	-13,6%
Frais administratifs	- 46	0	3	- 4	- 47	-7,7%
Autres produits/charges d'exploitation	- 2	0	- 2	12	8	-
EBIT normalisé	137	0	- 27	- 2	107	-1,6%
EBITDA normalisé	213	0	- 35	4	181	1,7%
Marque EBITDA normalisé	27,0%				24,0%	-161 bp
Sociétés Holding et exportations globales	9M07	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M08	Croissance interne
Volumes totaux (millier Hls)	3 730	68	-	- 78	3 720	-2,1%
Produits	233	3	- 5	6	236	2,6%
Coûts des ventes	- 172	3	5	- 10	- 174	-5,9%
Marge brute	60	6	- 1	- 4	62	-6,0%
Frais de distribution	- 27	0	0	0	- 26	1,3%
Frais commerciaux et de marketing	- 36	- 9	1	6	- 38	12,5%
Frais administratifs	- 128	4	0	29	- 95	23,5%
Autres produits/charges d'exploitation	226	0	- 2	28	252	12,5%
EBIT normalisé	96	1	- 2	60	155	-
EBITDA normalisé	112	1	- 2	68	179	-

Communiqué de Presse

Bruxelles, le 6 novembre 2008 – 22/ 22

Annexe 3

Réconciliation entre les chiffres préparés selon les normes comptables brésiliennes et les normes IFRS pour l'Amérique latine pour la période de 9 mois se terminant le 30 septembre 2008 (9M08)

EBIT Amérique latine selon les normes comptables brésiliennes

(Brésil + HILA, comme mentionné dans l'information sectorielle YTD dans le communiqué de presse de 3T08 publié par Ambev)

En millions de réals brésiliens 4 004

En millions d'euros 1 566

Reclassements

- Distribution de bénéfice (plan relatif au bonus) présenté hors bénéfice d'exploitation selon les normes comptables brésiliennes, inclus dans le bénéfice d'exploitation selon les IFRS.....	(9)
- Autres produits/(charges) d'exploitation, présentés hors bénéfice d'exploitation selon les normes comptables brésiliennes, inclus dans le bénéfice d'exploitation selon les IFRS.....	(58)
	1 499

Ajustements

- Dépréciation du goodwill selon les normes comptable brésiliennes, pas selon les IFRS	225
- Autres ajustements relatifs aux amortissements (basés sur la juste valeur, taux InBev, immobilisations incorporelles, ...)	3
- Charges différées (coûts de démarrage d'activité capitalisés selon les normes comptables brésiliennes, pris en compte de résultats selon les IFRS)	(4)
- Avantages impôts indirects (en capitaux propres selon les normes comptables brésiliennes, dans le compte de résultats selon les IFRS)	12
- Comptabilisation des charges de pension et paiements fondés sur des actions (IFRS 2 et IAS 19)	(8)
- Autres	-

EBIT normalisé Amérique latine selon les IFRS

(comme mentionné dans l'information sectorielle 9M08 de l'Amérique latine Nord et l'Amérique latine Sud incluse dans l'annexe 2 de ce communiqué de presse)

1 727