

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, 5 mars 2009 – 1 / 30



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.

Anheuser-Busch InBev publie les résultats de l'exercice et du quatrième trimestre 2008

Sauf indication contraire, les analyses ci-dessous sont basées sur des chiffres internes et se rapportent à l'EX08 sur la base d'une comparaison avec l'EX07 ainsi qu'au 4T08 sur la base d'une comparaison avec le 4T07. Afin de faciliter la compréhension de la performance sous-jacente d'Anheuser-Busch InBev, les commentaires contenus dans le présent communiqué de presse, sauf indication contraire, sont basés sur des chiffres internes et normalisés. Vu la nature évolutive de l'opération réalisée avec Anheuser-Busch, nous présentons dans le présent communiqué de presse les volumes et résultats consolidés pour 2007 sur une base pro-forma (en incluant les chiffres pro-forma d'Anheuser-Busch pour les six dernières semaines de 2007, afin de donner un juste aperçu des résultats internes sous-jacents de notre société). Tous les chiffres dans ce communiqué sont présentés en euro, sauf indication contraire. Veuillez vous référer également à la page 19 en ce qui concerne la monnaie de présentation.

INTEGRATION PLUS RAPIDE QU'ESCOMPTE – REFINANCEMENT COMME PREVU

- On s'attend aujourd'hui à ce que les synergies issues du rapprochement avec Anheuser-Busch atteignent 2,25 milliards d'USD, dont 250 millions déjà réalisés en 2008 et 1 milliard attendu en 2009
- Environ 19 milliards d'USD de fond réunis depuis la clôture de l'opération : 9,8 milliards d'USD pour couvrir une partie du prêt relais et 9 milliards d'USD pour refinancer et rembourser les facilités de crédit à court terme
- Nous prévoyons aujourd'hui des dépenses d'investissement totales pour 2009 inférieures d'au moins 1 milliard d'USD à la base pro forma pour toute l'année 2008, et comptons libérer au moins 500 millions d'USD à partir du rendement des fonds de roulement aux Etats-Unis

FAITS MARQUANTS DE L'EX08 et DU 4T08

- **Performance des volumes :** Les volumes totaux de l'EX08 sont restés stables, avec une perte de 0,3 % des volumes de nos propres bières. Les volumes de nos marques prioritaires ont toutefois augmenté de 2,6 %. Au cours de l'EX08, les boissons non alcoolisées ont réalisé une croissance des volumes de 4,9 %. Au 4T08, les volumes totaux ont affiché une baisse de 1,8 %, les volumes de nos propres bières ont diminué de 2,0 % et ceux de nos marques prioritaires ont perdu 0,1 %. Les volumes des boissons non alcoolisées ont enregistré une hausse de 1,6 %.
- **Hausses de part de marché :** Nous avons augmenté notre part de marché sur 7 de nos 10 principaux marchés en 2008 : Etats-Unis, Argentine, Allemagne, Belgique, Corée du Sud, Canada et Royaume-Uni.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, 5 mars 2009 – 2 / 30

- **Croissance des produits** : Au cours de l'EX08, nos produits totaux ont augmentés de 5,2 % et les produits par hectolitre¹, de 5,6 %, reflétant ainsi l'amélioration continue du portefeuille de marques et des activités de gestion des produits mises en œuvre au sein de nos établissements. Au quatrième trimestre, les produits totaux ont augmenté de 4,2 % et de 7,1 % par hectolitre, suite à l'application de mesures tarifaires en fin d'année.
- **Coûts des ventes** : Au cours de l'EX08, nos Coûts des ventes (CdV) totaux ont enregistré une hausse de 8,3 % de manière générale, et de 9,1 % par hectolitre² en raison des pressions inflationnistes et des pressions sur les prix des matières premières. En 2008, nous avons constaté les effets combinés d'une croissance des volumes inférieure au niveau escompté dans les Zones présentant des CdV/hl inférieurs à la moyenne, en particulier en Amérique latine Nord et en Europe centrale et de L'Est, et de la dilution des coûts fixes industriels sur des volumes inférieurs au niveau escompté. Les CdV du quatrième trimestre ont augmenté de 5,8 %, soit une hausse de 10,1 % par hectolitre.
- **EBITDA** : Au cours de l'EX08, l'EBITDA normalisé de 5 334 millions d'euros a affiché une croissance de 4,6 % et la marge EBITDA normalisée était de 33,1 % par rapport à 32,7 % en 2007, soit une baisse de 15 points de base en interne, c.-à-d. après avoir éliminé les effets des écarts de conversion et des changements dans le périmètre. L'EBITDA normalisé du 4T08 a enregistré une croissance de 5,3 % pour atteindre 1 720 millions d'euros, ce qui a produit une marge EBITDA de 32,8 %, soit une hausse interne de 45 points de base.
- **Croissance du bénéfice par action** : Le BPA³ normalisé était de 1,71 euro au cours de l'EX 2008, soit une baisse de 10,5 % sur une base rapportée, due principalement à une hausse des coûts financiers.
- **Dividendes** : Conformément à nos engagements de désendetter la société, le conseil d'administration d'Anheuser-Busch InBev propose de verser un dividende de 0,28 euro ou environ 450 millions d'euros, ce qui est similaire au montant total payé en 2007. En 2008 nous avons payé 2,44 euros par action. Le versement de dividendes est soumis à l'approbation des actionnaires. Les actions seront négociées ex-coupon au 29 avril 2009 et les dividendes seront payables à compter du 5 mai 2009.

¹ Exclut les activités américaines de divertissement et d'emballage

² Exclut les activités américaines de divertissement et d'emballage

³ Le détail des calculs du BPA, comprenant le calcul de la moyenne pondérée du nombre moyen d'actions conformément à la norme IAS 33, est disponible dans le Rapport annuel – note 24

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, 5 mars 2009 – 3 / 30



Tableau 1. Résultats consolidés (en millions d'euros)

	FY08	FY07 Rapporté	FY07 Pro forma	Croissance interne
Volumes totaux (en milliers d'hl)	284 719	270 611	285 644	0,0%
Volumes des bières	242 116	229 978	245 005	-0,8%
Dont volumes de nos bières	237 408	223 917	238 917	-0,3%
Volumes des non bières	42 604	40 634	40 639	4,9%
Produits	16 102	14 430	15 576	5,2%
Marge brute	8 980	8 494	8 871	2,9%
EBITDA normalisé	5 334	4 992	5 091	4,6%
EBIT normalisé	4 022	3 920	3 933	2,1%
Bénéfice (normalisé) attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 711	1 863		
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 288	2 198		
Bénéfice normalisé par action (euro)	1,71	1,91		
Bénéfice par action (euro)	1,29	2,25		
Marges				
Marge brute	55,8%	58,9%	57,0%	-124 bp
Marge EBITDA normalisée	33,1%	34,6%	32,7%	-15 bp
Marge EBIT normalisée	25,0%	27,2%	25,3%	-72 bp

Tableau 1. Résultats consolidés (en millions d'euros)

	4T08	4T07 Rapporté	4T07 Pro forma	Croissance interne
Volumes totaux (en milliers d'hl)	85 424	72 325	87 358	-1,8%
Volumes des bières	72 714	59 793	74 820	-2,3%
Dont volumes de nos bières	71 641	58 417	73 417	-2,0%
Volumes des non bières	12 710	12 533	12 538	1,6%
Produits	5 247	3 881	5 027	4,2%
Marge brute	2 711	2 309	2 685	2,7%
EBITDA normalisé	1 720	1 467	1 566	5,3%
EBIT normalisé	1 258	1 193	1 206	1,2%
Bénéfice (normalisé) attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	351	581		
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	49	900		
Bénéfice normalisé par action (euro)	0,35	0,60		
Bénéfice par action (euro)	0,05	0,92		
Marges				
Marge brute	51,7%	59,5%	53,4%	-73 bp
Marge EBITDA normalisée	32,8%	37,8%	31,2%	45 bp
Marge EBIT normalisée	24,0%	30,7%	24,0%	-67 bp

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, 5 mars 2009 – 4 / 30



Les chiffres du FY08 et du FY07 rapportés d'Anheuser-Busch InBev sont basés sur les états financiers consolidés audités, préparés conformément aux normes IFRS. Sauf indication contraire, les montants sont exprimés en millions d'euros. Vu la nature évolutive de l'opération réalisée avec Anheuser-Busch, nous présentons les volumes et résultats consolidés pour 2007 jusqu'à l'EBIT normalisé sur une base pro-forma: en incluant les chiffres pro-forma d'Anheuser-Busch pour les six dernières semaines de 2007 et ces résultats sont considérés pour le calcul de la croissance interne. Afin de faciliter la compréhension de la performance sous-jacente d'Anheuser-Busch 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.

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 999 (4Q08 and FY08) millions d'actions ordinaires en circulation.

COMMENTAIRES DE LA DIRECTION

Notre rêve est de devenir 'La Meilleure Entreprise Brassicole dans un Monde Meilleur'.

Ce rêve a fait un grand pas en avant avec la création d'Anheuser-Busch Inbev au mois de novembre 2008. A présent, nous ne sommes pas seulement l'entreprise brassicole la plus grande et la plus rentable au monde, mais nous comptons également parmi les sociétés de biens de consommation leaders au niveau mondial, avec un EBITDA pro forma d'environ 8,2 milliards d'euros sur base annuelle pour 2008. Ce succès a été possible grâce aux forces engendrées par le rapprochement d'AmBev et d'Interbrew opéré cinq ans auparavant. Lorsque nous nous projetons dans les cinq années à venir, nous sommes encore plus optimistes quant au potentiel créé par le rapprochement d'Anheuser-Busch et d'InBev. Notre confiance est stimulée non seulement par l'amélioration de notre position mondiale, mais également par notre capacité à attirer des collaborateurs talentueux, qui partagent notre rêve et développent notre culture unique. Notre recherche constante et inexorable de l'excellence nous donnent confiance lorsque nous envisageons ces temps difficiles.

Sur le plan opérationnel, nous avons enregistré une croissance de l'EBITDA de 4,6 %, alors que notre marge EBITDA a perdu 15 points de base pour terminer l'année à 33,1 %. Depuis la création d'InBev en 2004, la progression de notre marge EBITDA a été la suivante : 24,7 % en 2004, 28,6 % en 2005, 31,9 % en 2006, 32,7 % en 2007, en incluant les chiffres pro-forma d'Anheuser-Busch pour les 6 dernières semaines de 2007, pour atteindre 33,1 % en 2008.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, 5 mars 2009 – 5 / 30

Notre produit a affiché une hausse de 5,2 % par rapport à l'année précédente. Ce résultat a principalement été atteint grâce aux initiatives prises en matière de gestion des prix et des revenus, les volumes du secteur étant faibles sur l'ensemble de nos marchés.

Les volumes consolidés ont dans l'ensemble stagné, les volumes de nos propres bières affichant une baisse de 0,3 % et les volumes de boissons non alcoolisées augmentant de 4,9 %. Soulignons que nos marques prioritaires ont affiché une croissance de 2,6 %. Nos marques prioritaires sont les marques qui détiennent le potentiel de croissance le plus élevé dans chaque segment consommateur important et pour lesquelles nous investissons le plus en termes de marketing.

2008 fut une année au cours de laquelle nous avons bien progressé sur nos 10 principaux marchés et avec nos marques prioritaires :

- Etats-Unis : Anheuser-Busch a gagné 0,5 point de part de marché. Bud Light Lime a été élu le meilleur lancement de nouveau produit sur tout le secteur des biens de consommation par l'IRI en 2008.
- Brésil : Nous avons clos l'année avec une part de marché moyenne de 67,5 %, soit une réduction de 0,3 point suite à des hausses de prix appliquées vers la fin de l'année 2008 qui n'ont pas été suivies immédiatement par les concurrents.
- Canada : Notre activité a affiché une hausse de part de marché de 0,2 point après plusieurs années de part de marché. Budweiser et Bud Light ont poursuivi leur croissance et ont atteint des niveaux record de part de marché.
- Argentine : Ce fut pour nous une bonne année en termes de croissance de part de marché en Argentine, avec une hausse de 1,9 point par rapport à l'année précédente. Stella Artois est la principale marque de bière internationale en Argentine.
- Belgique : Nous avons augmenté notre part de marché de 0,2 point. La famille Jupiler a réalisé de bons résultats. Jupiler Tauro a été lancée et bien accueillie par nos consommateurs.
- Royaume-Uni : Notre part de marché a augmenté de 0,4 point, dont 0,2 point de part de marché représenté par la famille Stella Artois. Stella Artois 4% a été lancée avec succès.
- Russie : Nous avons perdu 0,8 point de part de marché, puisque nous avons privilégié notre segment de luxe.
- Corée du Sud : Nous avons gagné 1,2 point de part de marché. Parmi les cinq meilleures marques de bières en Corée du Sud, Cass est la marque qui a connu la croissance la plus rapide en Corée du Sud pour la deuxième année consécutive.
- Chine : Dans les trois provinces représentant plus de 80 % de notre activité (Zhejiang, Fujian et Xianji), notre part de marché a enregistré une légère baisse, mais Harbin a toutefois réalisé de bons résultats dans la région du Nord-Est.
- Allemagne : Nous avons augmenté notre part de marché de 0,4 point et Beck's a réalisé une nouvelle année particulièrement performante avec une croissance des volumes de 5 %.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, 5 mars 2009 – 6 / 30

Sur le plan des coûts, nos charges d'exploitation ont augmenté de 3,6 %, ce qui est inférieur au taux d'inflation moyen de 5-6 % pour 2008. Les Coûts des Ventes (CdV) par hl ont augmenté de 9,1 %, soit 3,1 points de plus que le maximum de nos précédentes prévisions (à savoir 5-6 %). Ce résultat a été obtenu principalement en raison des effets combinés d'une croissance des volumes inférieure au niveau escompté dans les Zones présentant des CdV/hl inférieurs à la moyenne (Amérique latine Nord et Europe centrale et de L'Est) et de la dilution des coûts fixes industriels sur des volumes inférieurs au niveau escompté.

Etant donné que les objectifs n'ont pas été atteints en 2008, le CEO (Directeur Général) ainsi que la plupart des membres de notre Executive Board of Management ne recevront pas de bonus cette année. Ceci est un exemple concret de la culture qui encourage le développement du sentiment de propriété (*ownership culture*) en laquelle nous croyons chez Anheuser-Busch InBev – à savoir que les mesures d'intéressement des cadres doivent être en accord total avec les intérêts des actionnaires.

2008 fut toutefois une année mémorable pour nous tous. Le rapprochement entre Anheuser-Busch et InBev a été non seulement une opération sans précédent qui a réorganisé le secteur brassicole, mais a permis également de créer une société de biens de consommation de classe mondiale qui se positionne parmi les plus grandes du monde en termes de ventes et d'EBITDA.

Un Comité d'intégration fut créé en juillet 2008 suite à la conclusion de l'accord de fusion. La mission de ce comité était d'identifier, avant la clôture, les meilleures pratiques d'InBev et d'Anheuser-Busch, en tenant compte de l'ensemble des restrictions légales applicables.

Depuis la conclusion de l'opération le 18 novembre 2008, le processus d'intégration a progressé rapidement en permettant de réaliser 250 millions d'USD de synergies en 2008, et nous sommes à présent suffisamment confiants pour augmenter les projections de synergies initialement prévues de 1,5 milliards d'USD à 2,25 milliards d'USD, avec environ 1 milliard d'USD réalisés en 2009 et le reste au cours des deux années suivantes. Nos équipes sont hautement motivées et prêtes à délivrer.

Au moment de la création d'InBev en 2004, l'amélioration de la marge EBITDA fut identifiée comme l'ultime moyen de mesurer la réussite de l'intégration d'Interbrew et d'AmBev.

En intégrant InBev et Anheuser-Busch, le paramètre qui nous permettra de nous évaluer durant les cinq premières années sera le rapport Endettement net/EBITDA, lequel jouera un rôle majeur dans la détermination de la partie variable de nos salaires. Le rapport Endettement net/EBITDA permet d'évaluer non seulement la croissance de l'EBITDA et l'amélioration de la marge EBITDA, mais également les sources de génération de liquidités, en toute cohérence avec notre engagement à désendetter rapidement notre société.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, 5 mars 2009 – 7 / 30

En ce qui concerne 2009, nos fondements restent forts et nous prévoyons une expansion des marges. Jusqu'à présent nos actions en matière de prix se maintiennent et notre performance au niveau des volumes globaux reste stable. Afin de réaliser ces résultats nous nous engagerons plus rapidement et avec un sentiment accru d'urgence en 2009.

- Dépasser les objectifs de synergies à capturer en 2009 par rapport à nos attentes initiales
- Maintenir une discipline en matière de prix sur les marchés pertinents, tout en continuant à soutenir nos marques prioritaires
- Continuer à réaliser au moins pour 7 milliards d'USD de cessions
- Réduire les dépenses d'investissement pour 2009 d'au moins 1 milliard d'USD par rapport à une base pro forma 2008 sur base annuelle, sans compromettre la qualité de nos produits et la sécurité de nos collaborateurs
- Continuer de rechercher des moyens d'améliorer le fonds de roulement de l'ancienne société InBev, tout en libérant au moins 500 millions d'USD de fonds de roulement de l'ancien Anheuser-Busch.
- Améliorer la structure des échéances et le profil de devise de l'encours de la dette
- Optimiser le taux d'imposition effectif de la société fusionnée pour atteindre la tranche 25-27 %

En 2009, nous continuerons de développer les plates-formes 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, le maintien d'un contrôle strict sur les coûts et la génération de flux de trésorerie. Alors que les conditions de marché actuelles posent des défis de taille, la demande de bière sur nos deux principaux marchés reste stable et notre part de marché, élevée. Nous avons en outre pris de l'élan en terme de part de marché dans la plupart de nos régions clés, grâce à nos marques prioritaires et à nos efforts accrus en matière de marketing. Nos collaborateurs sont notre principal avantage concurrentiel durable. Le rapprochement d'Anheuser-Busch et d'InBev a considérablement renforcé notre filière de talents et enrichi notre culture.

En bref, malgré les conditions difficiles rencontrées en 2008, nos collaborateurs sont stimulés et motivés pour notre avenir et la poursuite de notre Rêve de créer la "meilleure entreprise brassicole dans un monde meilleur".

ACTUALISATION DES MARQUES

Nos marques prioritaires, c'est-à-dire celles dont le potentiel de croissance est plus élevé dans chaque segment consommateur important, ont enregistré de bons résultats. Au cours de l'EX08, elles ont surpassé de manière significative les ventes totales et les ventes de nos propres bières, avec une croissance des volumes de 2,6 % malgré un climat difficile, et n'ont perdu que 0,1 % au 4T08.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, 5 mars 2009 – 8 / 30



Nos marques mondiales Stella Artois et Beck's ont enregistré une croissance de 0,3 % en 2008. Stella Artois a réalisé une croissance à deux chiffres au Canada, en Argentine et aux Etats-Unis, atténuée par de faibles volumes sur d'autres marchés. La performance de Beck's a été positive dans de nombreux pays comme le Royaume-Uni et l'Allemagne, mais la marque a subi une perte de volumes aux Etats-Unis.

Nous avons continué de consolider notre langage marketing unique au niveau mondial – le langage de **"Values Based Brands"**. Nous avons élaboré une définition complète, comprenant des paramètres de notre « World Class Commercial Program » partagés par les fonctions Marketing et Sales. Pour chaque pays, nous avons converti notre capacité marketing en un élément de notre culture de fixation d'objectifs et de performance objectivement quantifiable, ce qui permet une comparaison d'un pays à l'autre, un partage des meilleures pratiques ainsi qu'une formation et un développement ciblés.

Nous avons poursuivi nos investissements dans le développement des marques, en augmentant nos dépenses dédiées au marketing et aux ventes, ce qui s'est reflété dans la hausse des frais commerciaux de 8,4 % en 2008. Nous avons intensifié la **rénovation et l'innovation** de nos produits, ce qui a permis d'améliorer davantage les résultats de nos marques prioritaires. Notre innovation Stella Artois 4%, lancée au 3T 2008, a affiché d'excellents résultats au quatrième trimestre et a contribué à la première hausse de part de marché de la marque Stella Artois au Royaume-Uni depuis 2003.

VOLUMES CONSOLIDÉS

Tableau 2. Volumes (en milliers d'hl)

	FY07 Pro forma	Scope	Croissance interne	FY08	Croissance interne
Amérique du Nord	25 734	83	788	26 605	3,1%
Amérique latine Nord	100 877	-323	965	101 519	1,0%
Amérique latine Sud	30 524	0	3 174	33 698	10,4%
Europe de l'Ouest	36 308	-850	-1 705	33 753	-4,8%
Europe centrale et de l'Est	49 137	0	-2 994	46 142	-6,1%
Asie-Pacifique	38 299	0	38	38 337	0,1%
Sociétés Holding et exportations globales	4 765	68	-167	4 666	-3,4%
InBev au niveau mondial	285 644	-1 023	99	284 719	0,0%

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, 5 mars 2009 – 9 / 30



Tableau 2. Volumes (en milliers d'hl)

	4T07 Pro forma	Scope	Croissance interne	4T08	Croissance interne
Amérique du Nord	16 321	0	670	16 990	4,1%
Amérique latine Nord	31 344	-369	-477	30 498	-1,5%
Amérique latine Sud	9 832	0	732	10 565	7,4%
Europe de l'Ouest	9 135	-26	-857	8 252	-9,4%
Europe centrale et de l'Est	10 645	0	-1 224	9 421	-11,5%
Asie-Pacifique	9 046	0	-294	8 752	-3,3%
Sociétés Holding et exportations globales	1 035	0	-89	946	-8,6%
InBev au niveau mondial	87 358	-396	-1 539	85 424	-1,8%

Les volumes consolidés de l'EX08 sont restés stables. Les volumes des propres bières d'Anheuser-Busch-InBev ont diminué de 0,3 %, restant légèrement supérieurs aux volumes de bière globaux (baisse de 0,8 %), en conséquence de notre attention continue à augmenter les volumes de nos propres marques. Au 4T08, les volumes totaux ont perdu 1,8 %, les volumes de nos propres bières ont diminué de 2,0 % et les volumes de bière totaux ont enregistré une baisse de 2,3 %. Les volumes des boissons non alcoolisées ont augmenté de 4,9 % au cours de l'EX08 et de 1,6 % au 4T08.

Amérique du Nord

Nos volumes totaux ont augmenté de 3,1 % au cours de l'EX08 et de 4,1 % au 4T08, incluant les volumes de bière d'Anheuser-Busch aux Etats-Unis au 18 novembre 2008, ainsi que dans la base de comparaison 2007, ce qui donne ainsi un juste aperçu de la performance interne sous-jacente de notre société fusionnée nord-américaine.

Au **Canada**, les volumes de nos propres bières ont enregistré pour l'EX08 une hausse de 1,1 % et nos marques, en particulier Budweiser et Bud Light, ont réalisé de bons résultats. Au 4T08, les volumes de nos propres bières ont augmenté de 1,6 %.

Les importations au Canada ont maintenu leurs volumes élevés, avec Stella Artois en tête. Le lancement de l'extension de gamme Stella Artois Légère a encouragé une croissance à deux chiffres et a permis d'améliorer la santé de la marque Stella Artois. En outre, nous avons gagné 0,2 point de part de marché dans le pays, grâce à des hausses de part de marché réalisées au Québec et dans la région des Prairies.

Depuis le 18 novembre 2008, les volumes de bière locale pour les **Etats-Unis** ont enregistré une croissance des volumes de livraison aux grossistes interne de 4,9 % par rapport à la même période en 2007.

Durant l'EX08, les **livraisons aux grossistes de bière locale américaine** ont augmenté de 1,6 %, réalisant ainsi une croissance plus élevée que le secteur, ce qui a engendré une hausse de part de marché en termes de livraison aux grossistes de 0,5 point. Cette hausse de part de marché a été stimulée par un retour à la normale des niveaux de stock des grossistes en fin d'année et le succès de l'introduction de Bud Light Lime.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, 5 mars 2009 – 10 / 30

Les **ventes aux détaillants (VAD)** de bières locales américaines ont augmenté de 1,1 %, et la part de marché des VAD a enregistré une croissance de 0,2 point, stimulée par de fortes hausses dans les segments des supermarchés/hypermarchés. Outre cela, la performance en termes de part de marché a progressé dans toutes les principales chaînes de détaillants au cours du second semestre 2008.

Les volumes de livraison aux grossistes de nos **importations européennes aux Etats-Unis** ont diminué de 1 % au cours de l'EX08. Toutefois, les livraisons aux grossistes de Stella Artois ont maintenu leur forte croissance et ont affiché une hausse de 17,8 % au cours de l'EX08, alors que les VAD de Stella Artois étaient supérieures de 26,7 % à l'année dernière. Au 4T08, les livraisons aux grossistes de nos marques européennes ont diminué de 20,8 %.

Amérique latine Nord

Les volumes en Amérique latine Nord (ALN) étaient en hausse de 1,0 % au cours de l'EX08, ceux des bières restant stables et ceux des boissons non alcoolisées enregistrant une hausse de 3,6 %. Au 4T08, les volumes d' ALN étaient en baisse de 1,5 %, ceux des bières ayant perdu 2,2 %, alors que ceux des boissons non alcoolisées ont augmenté de 0,1 %, grâce à de bons résultats enregistrés au Pérou.

Au **Brsil**, les volumes de bière pour l'EX08 ont affiché une hausse de 0,2 % étant donné que les conditions météorologiques continuaient d'être plus froides et plus humides par rapport à la même période de 2007. De plus, l'inflation alimentaire a multiplié par deux le niveau de hausse des prix générale appliquée aux consommateurs, faisant ainsi pression sur les dépenses des consommateurs. En 2008, en raison des hausses de prix et du comportement offensif des concurrents concernant le prix des canettes, notre part de marché pour l'exercice s'élevait à 67,5 %, soit une baisse de 0,3 point par rapport à l'année précédente. La performance de Stella Artois montre son potentiel au sein de ce pays, avec une croissance de 39,8 % en 2008 sur une base encore limitée. Au 4T08, les volumes de bière brésilienne ont chuté de 1,4 %.

Notre secteur des boissons non alcoolisées au Brésil a affiché une croissance des volumes de 2,8 % au cours de l'EX08, accompagnée d'une solide performance en termes de part de marché dans le pays tout au long de l'EX08. Au 4T08, les volumes des boissons non alcoolisées ont diminué de 2,2 %.

Amérique latine Sud

La Zone Amérique latine Sud a affiché une forte croissance des volumes de 10,4 % au cours de l'EX08, les bières enregistrant une hausse de 11,5 % et les boissons non alcoolisées, de 8,7 %. Les volumes au 4T08 étaient en hausse de 7,4 %, ceux des bières ayant augmenté de 8,8 % et ceux des boissons non alcoolisées, de 5,3 %.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, 5 mars 2009 – 11 / 30

En **Argentine**, les volumes de nos propres bières pour l'EX08 ont enregistré une croissance de 11,4 %, ce qui est supérieur à la croissance du secteur. Notre performance solide est le résultat 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. 2008 fut une bonne année en termes de croissance de part de marché en Argentine, avec une hausse de 1,9 point par rapport à l'année précédente. Stella Artois est la principale marque de bière internationale en Argentine et a enregistré une croissance de presque 60 % en 2008. Les volumes de bière argentins ont augmenté de 8,5 % au 4T08.

Les volumes des boissons non alcoolisées pour l'EX08 ont affiché une hausse de 8,2 % en Argentine soit une croissance plus rapide que celle du secteur, et ont enregistré une forte croissance de part de marché au cours de l'EX08. Au 4T08, les boissons non alcoolisées ont affiché une croissance de 4,9 %.

Europe de l'Ouest

Les volumes de nos propres bières pour l'EX08 ont diminué de 1,3 % en raison de la faiblesse du secteur, en particulier au Royaume-Uni et en Belgique. Une forte baisse continue enregistrée par les produits hors marque de moindre valeur, en parfaite cohérence avec notre objectif de dériver de la valeur à partir de notre propre portefeuille de marques, a entraîné une baisse des volumes totaux rapportée de 4,8 % au cours de l'EX08. En 2008, la plupart des pays ont augmenté leur part de marché par rapport à l'année précédente. Au quatrième trimestre, les volumes rapportés ont diminué de 9,4 %, alors que ceux de nos propres marques ont baissé de 6,2 %.

L'Allemagne demeure un parfait exemple du succès de notre stratégie de développement des marques en Europe de l'Ouest. Les ventes de nos propres bières ont augmenté de 3,5 %, ce qui nous a permis d'accroître notre part de marché de 0,4 point, malgré une baisse continue enregistrée par le secteur. Cela est principalement dû à notre décision de réduire la production des marques de tiers, pour nous concentrer plutôt sur nos propres marques. Les volumes de nos propres bières ont diminué de 5,3 % au quatrième trimestre.

En **Belgique**, les volumes de nos propres bières pour l'EX08 ont affiché une baisse de 3,8 %, à cause du mauvais climat général qui a touché le secteur. Globalement, malgré le ralentissement du secteur, nous avons gagné 0,2 point de part de marché au cours de l'EX08. Au quatrième trimestre, les volumes de nos propres bières étaient en baisse de 8,7 %.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, 5 mars 2009 – 12 / 30

Au **Royaume-Uni**, les volumes de nos propres bières ont diminué de 2,7 % au cours de l'EX08. Nous avons toutefois gagné 0,4 point de part de marché pendant l'EX08, dont 0,2 point grâce à la famille Stella Artois, augmentant ainsi pour la première fois notre part de marché depuis 2003. Cela démontre le potentiel de la marque et est le résultat de nos activités ciblées. Le lancement de Stella Artois 4% a renforcé les volumes de la famille Stella Artois, ne concurrençant que légèrement la marque Stella Artois traditionnelle. La famille Beck's a également réalisé une performance impressionnante, avec une forte croissance à deux chiffres de Beck's Pils et de Beck's Vier. Les volumes du 4T08 ont enregistré une baisse de 3,4 % par rapport à l'année précédente.

Europe centrale et de l'Est

La baisse des volumes de 6,1 % enregistrée pour l'EX08 en Europe centrale & de l'Est (ECE) est en grande partie attribuable aux diminutions continues de volumes des marques les moins rentables en Russie et en Ukraine, ainsi qu'au ralentissement du secteur. L'attention accrue prêtée à la croissance de part de marché des marques à marge supérieure et des marques de luxe n'a pas encore totalement compensé le déclin des marques meilleur marché, mais nous commençons à constater quelques signes précurseurs de reprise, en particulier en Ukraine. Les volumes en ECE ont chuté de 11,5 % au 4T08, par rapport à une période difficile comparable.

En **Russie**, les volumes de bière pour l'EX08 ont enregistré une baisse de 12,4 % à cause des faibles volumes du secteur et des pertes de part de marché dans les segments bon marché et de prix. 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, lesquelles ont affiché des volumes positifs au cours de l'EX08. Les volumes au 4T08 ont chuté de 21,1 % en raison d'une accumulation de stocks en 4T07 réalisée avant une hausse des taxes qui a pris effet en janvier 2008.

En **Ukraine**, les volumes de bières pour l'EX08 ont diminué de 0,7 % : ce résultat est également expliqué par notre concentration sur les marques à marge supérieure et de luxe comme Chernigivske, laquelle est devenue la marque numéro un du pays à la fin de l'année. Nous avons perdu 0,4 point de part de marché en Ukraine au cours de l'EX08, bien que nous ayons constaté une amélioration de plus de un point entre décembre 2007 et décembre 2008. Les volumes au 4T08 ont diminué de 3,7 %.

Asie-Pacifique

En 2008, les volumes ont augmenté de 0,1 % en Asie-Pacifique, la forte croissance des volumes enregistrée en Corée ayant été atténuée par une légère baisse des volumes en Chine. Au 4T08, les volumes de la Zone ont diminué de 3,3 %.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, 5 mars 2009 – 13 / 30



En **Chine**, les volumes ont enregistré une baisse de 1,2 % au cours de l'EX08 et les données du marché indiquent que le secteur était faible en 2008. L'activité de Harbin a enregistré une croissance interne des volumes de 7,9 % pendant les six semaines qui ont suivi le 18 novembre 2008 par rapport à la même période de 2007, laquelle a été atténuée par une baisse des volumes de 1,8 % dans le Sud-Est de la Chine. Sur une base pro forma annuelle, l'activité de Harbin a affiché une croissance des volumes de 4,7 %. Au quatrième trimestre, les volumes de la Chine ont chuté de 5,3 %.

Les volumes de nos propres bières en **Corée du Sud** ont augmenté de 6,1 % au cours de l'EX08, ce qui est environ deux fois plus rapide que les résultats du secteur, permettant ainsi de gagner 1,2 point de part de marché. La marque Cass a enregistré une croissance de 11,9 % au cours de l'EX08. Pendant les deux dernières années, la marque Cass a augmenté sa part de marché de 6,2 points. Outre une bonne performance des volumes, la Corée du Sud a également affiché une forte croissance en termes de rentabilité au cours des deux dernières années. Au 4T08, les volumes sud-coréens ont continué d'augmenter de manière significative à un taux de 6,3 %.

COMPTE DE RÉSULTATS CONSOLIDÉ

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

	FY07 Rapporté	FY07 Pro forma	Scope	Variation des devises	Croissance interne	FY08	Croissance interne
Produits	14 430	15 576	-49	-235	810	16 102	5,2%
Coûts des ventes	-5 936	-6 705	19	116	-551	-7 122	-8,3%
Marge brute	8 494	8 871	-31	-119	259	8 980	2,9%
Frais de distribution	-1 713	-1 787	2	44	-113	-1 854	-6,4%
Frais commerciaux et de marketing	-2 134	-2 274	17	48	-188	-2 396	-8,4%
Frais administratifs	-990	-1 133	55	-2	73	-1 006	6,9%
Autres produits/charges d'exploitation	263	255	-6	-6	55	298	20,2%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents	3 920	3 933	38	-35	86	4 022	2,1%
Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	374					-404	
Coûts financiers nets	-598					-982	
Bénéfice sur la vente de placements (non-récurrents)	0					-138	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	1					47	
Impôts sur le résultat	-649					-445	
Bénéfice	3 048					2 099	
attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	2 198					1 288	
attribuable aux intérêts minoritaires	849					811	
EBITDA normalisé	4 992	5 091	54	-51	239	5 334	4,6%

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, 5 mars 2009 – 14 / 30



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

	4T07 Rapporté	4T07 Pro forma	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T07	Croissance interne
Produits	3 881	5 027	-15	26	209	5 247	4,2%
Coûts des ventes	-1 573	-2 342	0	-59	-136	-2 536	-5,8%
Marge brute	2 309	2 685	-14	-33	73	2 711	2,7%
Frais de distribution	-442	-516	2	12	-43	-544	-8,4%
Frais commerciaux et de marketing	-513	-653	3	-4	-60	-713	-9,2%
Frais administratifs	-251	-394	78	-7	15	-307	4,9%
Autres produits/charges d'exploitation	90	83	0	-2	30	111	37,3%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents	1 193	1 206	70	-33	15	1 258	1,2%
Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	339					-292	
Coûts financiers nets	-145					-489	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	0					44	
Bénéfice sur la vente de placements (non-récurrents)	1					-113	
Impôts sur le résultat	-186					-114	
Bénéfice	1 202					294	
attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	900					49	
attribuable aux intérêts minoritaires	302					245	
EBITDA normalisé	1 467	1 566	90	-26	89	1 720	5,3%

Produits – Les produits consolidés ont augmenté de 5,2 % au cours de l'EX08 pour atteindre 16 102 millions d'euros. La hausse des produits par hectolitre de 5,6 % est le résultat de l'efficacité des activités de gestion des produits mises en œuvres au sein de nos entreprises et reflète également les améliorations apportées au portefeuille des marques. Au 4T08, les produits consolidés ont augmenté de 4,2 %, soit 7,1 % par hectolitre.

Coûts des ventes (CdV) – Les CdV consolidés ont enregistré une hausse de 8,3 % au cours de l'EX08 pour atteindre 7 122 millions d'euros. Les CdV par HI ont affiché une hausse de 9,1 %. En 2008, nous avons constaté les effets combinés d'une croissance des volumes inférieure au niveau escompté dans les Zones présentant des CdV/hl inférieurs à la moyenne, en particulier en Amérique latine Nord et en Europe centrale et de L'Est, et de la dilution des coûts fixes industriels sur des volumes inférieurs au niveau escompté. Au quatrième trimestre, les CdV ont augmenté de 5,8 %, soit une hausse de 10,1 % par hectolitre.

Charges d'exploitation – La hausse des charges d'exploitation de 3,6 % au cours de l'EX08 est principalement due à l'augmentation des frais commerciaux et de marketing, qui ont augmenté de 8,4 % pendant l'EX08 et de 9,2 % au quatrième trimestre.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, 5 mars 2009 – 15 / 30

En 2008, nous avons poursuivi nos efforts pour changer les « moyens financiers non productifs » en « moyens financiers productifs » ; c'est-à-dire que nous avons concentré nos dépenses dans des activités directement liées à ce que nos consommateurs « voient, sentent et apprécient ». Les frais de distribution pour l'EX08 ont augmenté de 6,4 % pour atteindre 1 854 millions d'euros. Les frais administratifs pour l'EX08 ont diminué de 73 millions d'euros (6,9 %), 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 pour l'EX08 étaient supérieurs de 55 millions d'euros à ceux de l'an dernier.

Au 4T08, les charges d'exploitation ont augmenté de 4,2 %, la gestion continue des frais fixes et la baisse des provisions pour bonus étant plus que compensées par la hausse des frais commerciaux, de marketing et de distribution.

EBITDA - L'EBITDA normalisé pour l'EX08 s'élevant à 5 334 millions d'euros affiche une hausse de 4,6 % par rapport à l'an dernier (hausse de 239 millions d'euros). Au 4T08, l'EBITDA normalisé a augmenté de 5,3 %, atteignant ainsi 1 720 millions d'euros.

- L'EBITDA de l'Amérique du Nord s'élevait à 933 millions d'euros, soit une croissance interne de 15,6 %, grâce à une solide croissance des produits et à des économies de synergies au quatrième trimestre (au 4T08 : 497 millions d'euros, soit une croissance interne de 28,8 %).
- L'EBITDA de l'Amérique latine Nord a augmenté de 2 % pour atteindre 2 394 millions d'euros, les hausses de produits étant partiellement compensées par une augmentation des frais commerciaux et de marketing dues à des campagnes commerciales, et une hausse des frais de distribution (au 4T08 : 718 millions d'euros, soit une baisse interne de 2,6 %).
- L'Amérique latine Sud a vu son EBITDA augmenter de 37,9 % pour atteindre 546 millions d'euros, principalement grâce à une solide performance des volumes et une bonne gestion des produits, à l'amélioration du portefeuille de produits et à la bonne gestion des coûts fixes (au 4T08 : 214 millions d'euros, soit une croissance interne de 38,4 %).
- L'EBITDA enregistré par l'Europe de l'Ouest a chuté de 9,6 % pour atteindre 642 millions d'euros, la Zone ayant subi l'impact de la baisse de la croissance des volumes et de la hausse des prix des matières premières (au 4T08 : 160 millions d'euros, soit une baisse interne de 19,3 %).
- L'EBITDA de l'Europe centrale & de l'Est a diminué de 22,7 % pour atteindre 386 millions d'euros, en raison d'une baisse des volumes, d'une hausse des coûts des ventes et d'une hausse des frais commerciaux et de marketing, due à notre attention continue portée aux marques à marge supérieure (au 4T08 : 57 millions d'euros, soit une baisse interne de 44 %).

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, 5 mars 2009 – 16 / 30

-
- La Zone Asie-Pacifique a enregistré une croissance de l'EBITDA de 4,3 % pour atteindre 232 millions d'euros, principalement grâce à une croissance plus importante des volumes et à une hausse des activités de gestion des produits en Corée du Sud, lesquelles ont été partiellement atténuées par une augmentation des frais commerciaux et de distribution en Chine (au 4T08 : 51 millions d'euros, soit une croissance interne de 14,7 %).
- Les Sociétés Holding & Exportations Globales, lesquelles incluent également les activités américaines de divertissement et d'emballage, ont enregistré un EBITDA de 201 millions d'euros, soit une hausse de 94 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 (au 4T08 : 22 millions d'euros, par rapport à -6 millions au 4T07). La contribution de l'activité américaine de divertissement à nos produits au 18 novembre 2008 était de 71 millions d'euros. L'activité de divertissement a affiché des produits pro forma de 932 millions d'euros et un EBITDA de 258 millions d'euros pour l'exercice 2008. L'activité américaine d'emballage a contribué aux résultats des produits à hauteur de 128 millions d'euros au 18 novembre 2008. Les produits pro forma annuels de l'activité d'emballage se sont élevés à 1 188 millions d'euros en 2008 et l'EBITDA de l'exercice était de 184 millions d'euros en 2008.

La **marge EBITDA** normalisée consolidée pour l'EX08 a atteint 33,1 %, par rapport à 32,7 % en 2007, mais est restée relativement stable (15 points de base) en interne. En valeur absolue, en incluant les effets de changement de périmètres et des écarts de conversion, la marge EBITDA a augmenté de 40 points de base. Au quatrième trimestre 2008, la marge EBITDA consolidée était de 32,8 %, soit une croissance interne de 45 points de base.

Priorité accrue au Flux de Trésorerie - Le flux de trésorerie provenant des activités d'exploitation est passé de 4 064 millions d'euros en 2007 à 4 189 millions d'euros en 2008, soit une hausse de 3,1 %. Anheuser-Busch InBev consacre des efforts considérables à l'utilisation plus efficace de ses fonds de roulement, et en particulier aux créances commerciales, stocks et dettes commerciales.

Ces changements apportés aux fonds de roulement ont eu un impact de 544 millions d'euros sur le flux de trésorerie en 2008. Cette amélioration a subi l'impact d'un montant dû aux anciens actionnaires d'Anheuser-Busch qui n'ont pas réclamé les produits de l'opération à la fin de l'année 2008. En ne tenant pas compte de ce dû, les changements apportés aux fonds de roulement auraient eu un impact de 204 millions d'euros sur les liquidités. Cette amélioration a été partiellement atténuée par une hausse des impôts et des intérêts payés par rapport à 2007.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, 5 mars 2009 – 17 / 30



Éléments non-récurrents – Le total des éléments non-récurrents de -405 millions d'euros comprend principalement les coûts de restructuration. Ces frais se rapportent au total des dépenses avant impôts liés à la suppression de postes salariés aux Etats-Unis ainsi qu'aux adaptations organisationnelles et à la sous-traitance d'activités en Europe de l'Ouest, au sein du siège administratif mondial et dans la Zone Asie-Pacifique. En outre, Anheuser-Busch InBev a subi une dépréciation de 54 millions d'euros liée au projet d'Anheuser-Busch InBev de mettre en œuvre un nouveau modèle de distribution en France. En 2007, les éléments non-récurrents ont permis d'augmenter le bénéfice courant de 374 millions d'euros, principalement grâce à la vente d'actifs immobiliers en Belgique et aux Pays-Bas.

Bénéfice pour l'EX 2008 - Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs de capitaux propres d'Anheuser-Busch InBev a atteint 1 711 millions d'euros (soit un BPA normalisé de 1,71 euro) durant l'EX08. Sur une base non-pro forma, les profits attribuable aux porteurs des capitaux propres d'Anheuser-Busch pour 2008 était 1 288 millions d'euro, qui inclut les impacts suivants:

- *Coûts financiers nets*: 982 millions d'euros (contre 598 millions d'euros en 2007). Cette hausse s'explique principalement par les charges d'intérêts sur la dette existante d'Anheuser-Busch, les charges d'intérêts sur les engagements financiers de dettes senior visant à financer l'acquisition et l'amortissement des honoraires contractuels payés sur les dettes senior.
- *Les coûts financiers nets non-récurrents* de 138 millions d'euros ont été comptabilisés comme des charges non-récurrentes et sont liés principalement aux commissions d'engagement sur les dettes senior et le prêt relais.
- *Quote-part dans le résultat des entreprises associées*: 47 millions d'euros, par rapport aux 1 millions d'euros au cours de l'EX07, comprenant le résultat pour six semaines de l'investissement dans Modelo et Tsingtao.
- *Impôts sur le résultat* : 445 millions d'euros avec un taux d'imposition effectif de 17,8 % (par rapport à 17,6 % en 2007). L'impôt sur le résultat est principalement touché par la comptabilisation d'un impôt différé de 83 millions d'euros après utilisation des pertes fiscales non comptabilisées précédemment. En outre, la société continue de bénéficier au niveau d'AmBev de l'impact d'intérêts sur des paiements de capitaux propres et de l'effet de la déduction fiscale sur le goodwill résultant de la fusion entre InBev Holding Brazil et AmBev en juillet 2005 et l'acquisition de Quinsa en août 2006. 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. Sans l'impact de la comptabilisation des impôts différés et des charges non-récurrentes en France, le taux d'imposition effectif aurait été de 20,4 %.
- *Bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires* : 811 millions d'euros (2007 : 849 millions d'euros).

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, 5 mars 2009 – 18 / 30

Bénéfice pour le 4T 2008 – Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs de capitaux propres d'Anheuser-Busch InBev était de 351 millions d'euros au 4T08 (soit un BPA normalisé de 0,35 euro).

- *Coûts financiers nets* : 489 millions d'euros ; une hausse de 344 millions par rapport au 4T07 qui s'explique principalement par les charges d'intérêts sur la dette existante d'Anheuser-Busch, les charges d'intérêts sur les engagements financiers de dettes senior visant à financer l'acquisition et l'amortissement des honoraires contractuels payés sur les dettes senior.
- *Coûts financiers nets non-récurrents* : 113 millions d'euros ont été comptabilisés comme des charges non-récurrentes et sont liés principalement aux commissions d'engagement sur les dettes senior et le prêt relais.
- *Quote-part dans le résultat des entreprises associées* : 44 millions d'euros comprenant le résultat pour six semaines de l'investissement dans Modelo et Tsingtao.
- *Impôt sur le résultat* de 114 millions d'euros avec un taux d'imposition effectif de 28 % (contre 13,4 % en 2007). La société a comptabilisé un impôt différé au 4T 2007 sur la perte fiscale reportée aux Etats-Unis.
- *Bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires* : 245 millions d'euros (2007 : 302 millions d'euros).

ÉVÉNEMENTS RÉCENTS

Emission de droits : Nous avons achevé la procédure d'augmentation de capital de la société le 16 décembre 2008, avec 100 % du nombre total des nouvelles actions Anheuser-Busch InBev souscrites à 6,45 euros par action nouvelle. Les produits ont été utilisés pour rembourser le prêt relais de 9,8 milliards d'USD au 18 décembre 2008.

En outre, la **syndication générale** des facilités d'acquisition de 45 milliards d'USD a été conclue le 16 décembre 2008. Cela nous a permis d'atteindre nos plans de financement pour 2008.

Emissions d'obligations : Le 9 janvier 2009, nous avons réalisé une émission d'obligations américaines de 5 milliards d'USD. Les produits ont été utilisés pour rembourser 50 % du prêt relais aux cessions de 7 milliards d'USD qui arrive à échéance en novembre 2009, ainsi que 1,5 milliard d'USD de la facilité A (Bridge to Debt Capital Market) qui arrive à échéance en novembre 2010. Le reste de la facilité B peut être remboursé soit par la création de flux de trésorerie soit par la vente d'autres actifs. Dans tous les cas, nous poursuivons notre engagement à vendre comme prévu un certain nombre d'actifs.

Le 22 janvier 2009, nous avons également terminé une émission de 1,3 milliard d'euros et 550 millions de livres sterling. Cette opération nous permet de rembourser la dette à court terme et de continuer à réduire ce qui reste de notre facilité A.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, 5 mars 2009 – 19 / 30

Le 19 février 2009, nous avons conclu une offre publique de vente au détail d'obligations en Belgique, aux Pays-Bas et au Luxembourg de 750 millions d'euros. Les produits seront utilisés pour rembourser la dette à court terme et une partie de l'encours de la dette.

Cessions d'actifs : Le 23 janvier 2009, nous avons annoncé la conclusion d'un accord avec Asahi Breweries, Ltd., par lequel Asahi ferait l'acquisition de 19,9 % de Tsingtao Brewery Co., Ltd. pour 667 millions d'USD, soit environ 14 fois l'EBITDA 2008. Les produits nets de cette cession serviront à rembourser une autre partie de la facilité B encourue suite à l'acquisition d'Anheuser-Busch.

Le 23 février, nous avons annoncé la conclusion d'un accord avec KPS Capital Partners, LP pour céder InBev USA, l'importeur exclusif de la bière Labatt aux Etats-Unis, afin de satisfaire les conditions imposées par le département de la Justice des Etats-Unis en rapport avec l'autorisation de l'acquisition d'Anheuser-Busch par InBev.

CHANGEMENT DE MONNAIE DE PRESENTATION

Anheuser-Busch InBev a décidé de changer la monnaie de présentation de ses états financiers consolidés en passant de l'euro au dollar américain, pour refléter le profil de nos produits et flux de trésorerie, lesquels sont aujourd'hui principalement générés en USD et en devises rattachées au dollar américain. Cela reflète fidèlement les nouveaux fondements des activités d'Anheuser-Busch InBev qui ont aujourd'hui tendance à être générés en dollar américain et en devises rattachées au dollar américain pour ce qui est de performance financière et de bilan, alignant ainsi la monnaie de présentation avec la monnaie d'exploitation la plus importante et la performance financière sous-jacente. Ce changement accroît la transparence des rapports financiers et supprime les effets des écarts de conversion pour les principales parties concernées.

Le passage à l'utilisation du dollar américain sera effectif avec la publication des résultats du premier trimestre se terminant au 31 mars 2009, qui aura lieu le 7 mai 2009. Les comparaisons 2008 ont été fournies, à des fins pro forma, en USD (en supposant que l'opération ait été conclue au 1er janvier 2008) et peuvent être consultées dans les annexes du présent communiqué de presse comprenant le détail trimestriel.

Malgré le changement de monnaie de présentation, les futurs dividendes continueront d'être fixés en euro, qui reste la monnaie fonctionnelle dans laquelle Anheuser-Busch InBev SA/NV présentera ses états financiers officiels individuels non-consolidés conformément aux normes comptables belges GAAP.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, 5 mars 2009 – 20 / 30



PERSPECTIVES

Au moment de la création d'InBev en 2004, l'amélioration de la marge EBITDA fut identifiée comme l'ultime moyen de mesurer la réussite de l'intégration d'Interbrew et d'AmBev.

En intégrant InBev et Anheuser-Busch, le paramètre qui nous permettra de nous évaluer durant les cinq premières années sera le rapport Endettement net/EBITDA, lequel jouera un rôle majeur dans la détermination de la partie variable de nos salaires. Le rapport endettement net/EBITDA permet d'évaluer non seulement la croissance EBITDA et l'amélioration de la marge EBITDA, mais également plusieurs sources de génération de liquidités en parfaite cohérence avec notre engagement à désendetter rapidement notre société.

En ce qui concerne 2009, nos fondements restent forts et nous prévoyons une expansion des marges. Jusqu'à présent nos actions en matière de prix se maintiennent et notre performance au niveau des volumes globaux reste stable. Afin de réaliser ces résultats nous nous engagerons plus rapidement et avec un sentiment accru d'urgence en 2009.

- Dépasser les objectifs de synergies à capturer en 2009 par rapport à nos attentes initiales
- Maintenir une discipline en matière de prix sur les marchés pertinents, tout en continuant à soutenir nos marques prioritaires
- Continuer à réaliser au moins pour 7 milliards d'USD de cessions
- Réduire les dépenses d'investissement pour 2009 d'au moins 1 milliard d'USD par rapport à une base pro forma 2008 sur base annuelle, sans compromettre la qualité de nos produits et la sécurité de nos collaborateurs
- Continuer de rechercher des moyens d'améliorer le fonds de roulement de l'ancienne société InBev, tout en libérant au moins 500 millions d'USD de fonds de roulement de l'ancien Anheuser-Busch.
- Améliorer la structure des échéances et le profil de devise de l'encours de la dette
- Optimiser le taux d'imposition effectif de la société fusionnée pour atteindre la tranche 25-27 %

En 2009, nous continuerons de développer les plates-formes 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, le maintien d'un contrôle strict sur les coûts et la génération de flux de trésorerie. Alors que les conditions de marché actuelles posent des défis de taille, la demande de bière sur nos deux principaux marchés reste stable et notre part de marché, élevée. Nous avons en outre pris de l'élan en terme de part de marché dans la plupart de nos régions clés, grâce à nos marques prioritaires et à nos efforts accrus en matière de marketing. Nos collaborateurs sont notre seul avantage concurrentiel durable. Le rapprochement d'Anheuser-Busch et d'InBev a considérablement renforcé notre filière de talents et enrichi notre culture.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, 5 mars 2009 – 21 / 30



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

Annexes

Site web d'Anheuser-Busch InBev :

http://www.ab-inbev.com/go/investors/reports_and_publications/quarterly_reports.cfm

- Annexe 1 : Informations par segment pour l'exercice complet 2008 (EX08)
- Annexe 2 : Informations par segment pour le quatrième trimestre 2008 (4T08)
- Annexe 3 : Les chiffres 2008 pro forma sur base annuelle en USD avec détail trimestriel
- Annexe 4 : Réconciliation entre les chiffres préparés selon les normes comptables brésiliennes et les normes IFRS pour l'Amérique latine (FY08)

Agenda concernant l'EX08 et le 4T08 pour le 5 mars 2009

- *Conférence de presse concernant les résultats de l'EX08 et du 4T08 destinées aux médias*
10h30 CET au siège administratif mondial d'Anheuser-Busch InBev de Leuven (Brouwerijplein 1, 3000 Leuven)
- *Conférence téléphonique concernant les résultats de l'EX08 et du 4T08 destinées aux investisseurs*
14h00 CET / 13h00 BST / 8h00 EST - tous les détails concernant l'inscription sont disponibles sur
http://www.ab-inbev.com/go/investors/events_calendar/4qfy08_results.cfm

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, 5 mars 2009 – 22 / 30



À propos d'Anheuser-Busch InBev

Anheuser-Busch InBev est une entreprise cotée en bourse (Euronext: ABI) basée à Leuven, Belgique. La société est le brasseur leader au niveau mondial et l'une des cinq plus grandes sociétés de biens de consommation au monde. En tant que société réellement tournée vers les consommateurs et dynamisée par les ventes, Anheuser-Busch InBev s'appuie sur un portefeuille de presque 300 marques comprenant les marques phares mondiales Budweiser, Stella Artois et Beck's, des marques multi-pays à forte croissance, telles que Leffe et Hoegaarden, ainsi que des fortes 'perles locales', comme Bud Light, Skol, Brahma, Quilmes, Michelob, Harbin, Sedrin, Cass, Klinskoye, Sibirskaia Korona, Chernigivske et Jupiler, entre autres. La société possède également une participation de 50 pour cent dans Grupo Modelo, le brasseur leader au Mexique et le brasseur de la marque mondiale Corona, et 27 pour cent des parts du brasseur chinois Tsingtao, dont la bière qui porte le même nom est la plus vendue en Chine. Le dévouement à l'héritage et la qualité d'Anheuser-Busch InBev trouve ses origines dans des traditions brassicoles qui datent de 1366, du temps de la brasserie Den Hoorn à Louvain en Belgique, et dans l'esprit innovateur de la brasserie d'Anheuser & Co, établie à St. Louis aux Etats-Unis en 1860. Géographiquement diversifiée avec une exposition équilibrée sur les marchés émergents et développés, Anheuser-Busch InBev emploie les forces collectives de ses 120.000 collaborateurs basés dans des opérations dans plus de 30 pays dans le monde entier. La société aspire à être La Meilleure Entreprise Brassicole dans un Monde Meilleur. Sur une base pro forma pour 2008, la société combinée aurait généré des produits de 26,5 milliards d'euros. Pour plus d'informations, consultez notre site internet www.ab-inbev.com.

Contacts Anheuser-Busch InBev :

Marianne Amssoms

Vice President Global External Communications

Tél. : +32-16-27-67-11

E-mail : marianne.amssoms@inbev.com

Robert Ottenstein

Vice President Investor Relations

Tél. : +32-16-27-60-97

E-mail : robert.ottenstein@inbev.com

Thelke Gerdes

Investor Relations

Tél. : +32-16-27-68-88

E-mail : thelke.gerdes@inbev.com

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, 5 mars 2009 – 23 / 30



Annexe 1: Informations sectorielles FY08 (en millions d'euros)

InBev au niveau mondial	Pro forma FY07	Scope	Variation des devises	Croissance interne	FY08	Croissance interne
Volumes totaux (millier Hls)	285 644	-1 023	0	99	284 719	0,0%
Produits	15 576	-49	-235	810	16 102	5,2%
Coûts des ventes	-6 705	19	116	-551	-7 122	-8,3%
Marge brute	8 871	-31	-119	259	8 980	2,9%
Frais de distribution	-1 787	2	44	-113	-1 854	-6,4%
Frais commerciaux et de marketing	-2 274	17	48	-188	-2 396	-8,4%
Frais administratifs	-1 133	55	-2	73	-1 006	6,9%
Autres produits/charges d'exploitation	255	-6	-6	55	298	20,2%
EBIT normalisé	3 933	38	-35	86	4 022	2,1%
EBITDA normalisé	5 091	54	-51	239	5 334	4,6%
Marge EBITDA normalisé	32,7%				33,1%	-15 bp

Amérique du Nord	Pro forma FY07	Scope	Variation des devises	Croissance interne	FY08	Croissance interne
Volumes totaux (millier Hls)	25 734	83	0	788	26 605	3,1%
Produits	2 433	8	71	203	2 715	8,4%
Coûts des ventes	-1 025	4	-62	-96	-1 179	-9,5%
Marge brute	1 408	12	9	107	1 536	7,6%
Frais de distribution	-336	-7	7	-12	-348	-3,4%
Frais commerciaux et de marketing	-311	4	-7	4	-311	1,2%
Frais administratifs	-216	79	-9	34	-112	26,5%
Autres produits/charges d'exploitation	14	0	0	-16	-3	-120,0%
EBIT normalisé	558	87	0	117	763	17,8%
EBITDA normalisé	706	95	6	126	933	15,6%
Marge EBITDA normalisé	29,0%				34,4%	255 bp

Amérique latine Nord	Pro forma FY07	Scope	Variation des devises	Croissance interne	FY08	Croissance interne
Volumes totaux (millier Hls)	100 877	-323	0	965	101 519	1,0%
Produits	4 904	-9	54	234	5 182	4,8%
Coûts des ventes	-1 664	-6	-13	-97	-1 781	-5,9%
Marge brute	3 239	-15	41	137	3 402	4,2%
Frais de distribution	-551	0	-4	-64	-619	-11,7%
Frais commerciaux et de marketing	-491	0	-4	-72	-567	-14,7%
Frais administratifs	-256	-19	-2	-4	-282	-1,6%
Autres produits/charges d'exploitation	121	29	2	-11	140	-7,4%
EBIT normalisé	2 062	-6	33	-14	2 074	-0,7%
EBITDA normalisé	2 318	-6	36	46	2 394	2,0%
Marge EBITDA normalisé	47,3%				46,2%	-127 bp

Amérique latine Sud	Pro forma FY07	Scope	Variation des devises	Croissance interne	FY08	Croissance interne
Volumes totaux (millier Hls)	30 524	0	0	3 174	33 698	10,4%
Produits	1 003	0	-43	295	1 254	29,4%
Coûts des ventes	-425	0	24	-128	-529	-30,0%
Marge brute	578	0	-20	167	726	28,9%
Frais de distribution	-82	0	5	-21	-98	-25,5%
Frais commerciaux et de marketing	-118	0	5	-17	-129	-14,1%
Frais administratifs	-44	0	2	-6	-49	-14,7%
Autres produits/charges d'exploitation	-11	0	0	19	8	173,6%
EBIT normalisé	323	0	-8	142	457	44,1%
EBITDA normalisé	405	0	-11	153	546	37,9%
Marge EBITDA normalisé	40,3%				43,5%	264 bp

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, 5 mars 2009 – 24 / 30



Europe de l'Ouest	Pro forma FY07	Scope	Variation des devises	Croissance interne	FY08	Croissance interne
Volumes totaux (millier Hls)	36 308	-850	0	-1 705	33 753	-4,8%
Produits	3 480	-50	-154	-60	3 217	-1,7%
Coûts des ventes	-1 634	27	103	-7	-1 511	-0,4%
Marge brute	1 847	-23	-51	-66	1 706	-3,6%
Frais de distribution	-406	9	17	-20	-401	-5,0%
Frais commerciaux et de marketing	-673	23	25	-12	-638	-1,9%
Frais administratifs	-237	-9	4	9	-233	3,6%
Autres produits/charges d'exploitation	-71	-34	-5	13	-98	14,8%
EBIT normalisé	460	-35	-10	-77	337	-17,3%
EBITDA normalisé	771	-38	-20	-72	642	-9,6%
Marge EBITDA normalisé	22,2%				19,9%	-172 pb

Europe Centrale et de l'Est	Pro forma FY07	Scope	Variation des devises	Croissance interne	FY08	Croissance interne
Volumes totaux (millier Hls)	49 137	0	0	-2 994	46 142	-6,1%
Produits	2 198	0	-85	96	2 209	4,3%
Coûts des ventes	-1 013	0	50	-183	-1 145	-18,0%
Marge brute	1 186	0	-35	-87	1 064	-7,3%
Frais de distribution	-292	0	9	6	-277	1,9%
Frais commerciaux et de marketing	-392	0	13	-68	-446	-17,4%
Frais administratifs	-131	2	2	8	-119	6,0%
Autres produits/charges d'exploitation	-69	0	0	-21	-89	-30,2%
EBIT normalisé	302	2	-10	-162	132	-53,4%
EBITDA normalisé	520	2	-17	-119	386	-22,7%
Marge EBITDA normalisé	23,6%				17,5%	-615 pb

Asie-Pacifique	Pro forma FY07	Scope	Variation des devises	Croissance interne	FY08	Croissance interne
Volumes totaux (millier Hls)	38 299	0	0	38	38 337	0,1%
Produits	1 034	0	-99	84	1 019	8,1%
Coûts des ventes	-526	1	35	-64	-555	-12,2%
Marge brute	508	1	-64	19	464	3,8%
Frais de distribution	-68	0	9	-8	-67	-12,2%
Frais commerciaux et de marketing	-218	0	17	-27	-227	-12,3%
Frais administratifs	-62	-2	2	-6	-68	-9,6%
Autres produits/charges d'exploitation	2	0	-2	17	18	824,1%
EBIT normalisé	162	-2	-37	-4	119	-2,7%
EBITDA normalisé	265	-2	-42	11	232	4,3%
Marge EBITDA normalisé	25,7%				22,8%	-90 pb

Sociétés Holding et exportations globales	Pro forma FY07	Scope	Variation des devises	Croissance interne	FY08	Croissance interne
Volumes totaux (millier Hls)	4 765	68	0	-167	4 666	-3,4%
Produits	524	1	21	-41	505	-7,8%
Coûts des ventes	-418	-6	-21	23	-423	5,5%
Marge brute	105	-5	0	-19	82	-16,4%
Frais de distribution	-50	0	0	7	-44	13,5%
Frais commerciaux et de marketing	-71	-9	-2	3	-79	4,2%
Frais administratifs	-186	5	-1	39	-143	21,6%
Autres produits/charges d'exploitation	270	0	0	53	323	19,8%
EBIT normalisé	67	-8	-4	85	140	119,5%
EBITDA normalisé	106	4	-2	94	201	85,8%

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, 5 mars 2009 – 25 / 30



Annexe 2: Informations sectorielles 4T08 (en millions d'euros)

InBev au niveau mondial	4T07 Pro forma	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T08	Croissance interne
Volumes totaux (millier Hls)	87 358	-396	0	-1 539	85 424	-1,8%
Produits	5 027	-15	26	209	5 247	4,2%
Coûts des ventes	-2 342	0	-59	-136	-2 536	-5,8%
Marge brute	2 685	-14	-33	73	2 711	2,7%
Frais de distribution	-516	2	12	-43	-544	-8,4%
Frais commerciaux et de marketing	-653	3	-4	-60	-713	-9,2%
Frais administratifs	-394	78	-7	15	-307	4,9%
Autres produits/charges d'exploitation	83	0	-2	30	111	37,3%
EBIT normalisé	1 206	70	-33	15	1 258	1,2%
EBITDA normalisé	1 566	90	-26	89	1 720	5,3%
Marge EBITDA normalisé	31,2%				32,8%	45 bp

Amérique du Nord	4T07 Pro forma	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T08	Croissance interne
Volumes totaux (millier Hls)	16 321	0	0	670	16 990	4,1%
Produits	1 263	0	136	159	1 559	12,6%
Coûts des ventes	-656	6	-87	-64	-801	-9,9%
Marge brute	607	6	50	95	758	15,4%
Frais de distribution	-130	0	-3	-3	-135	-1,9%
Frais commerciaux et de marketing	-148	-2	-16	-2	-168	-1,5%
Frais administratifs	-155	80	-12	28	-59	40,8%
Autres produits/charges d'exploitation	11	0	0	-21	-9	-191,0%
EBIT normalisé	186	84	20	97	386	34,4%
EBITDA normalisé	272	90	29	106	497	28,8%
Marge EBITDA normalisé	21,5%				31,9%	504 bp

Amérique latine Nord	4T07 Pro forma	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T08	Croissance interne
Volumes totaux (millier Hls)	31 344	-369	0	-477	30 498	-1,5%
Produits	1 549	-10	-118	45	1 466	2,9%
Coûts des ventes	-501	3	38	-31	-491	-6,2%
Marge brute	1 049	-7	-81	14	975	1,3%
Frais de distribution	-159	2	11	-35	-181	-22,3%
Frais commerciaux et de marketing	-142	2	11	-26	-155	-18,8%
Frais administratifs	-63	2	6	-17	-71	-27,9%
Autres produits/charges d'exploitation	45	0	-3	6	49	14,1%
EBIT normalisé	730	0	-55	-58	616	-7,9%
EBITDA normalisé	799	0	-61	-21	718	-2,6%
Marge EBITDA normalisé	51,6%				48,9%	-277 bp

Amérique latine Sud	4T07 Pro forma	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T08	Croissance interne
Volumes totaux (millier Hls)	9 832	0	0	732	10 565	7,4%
Produits	322	0	33	91	446	28,4%
Coûts des ventes	-128	0	-12	-37	-177	-29,1%
Marge brute	194	0	21	54	269	27,9%
Frais de distribution	-26	0	-2	-5	-33	-19,1%
Frais commerciaux et de marketing	-30	0	-3	-6	-38	-19,9%
Frais administratifs	-11	0	-1	-5	-17	-43,6%
Autres produits/charges d'exploitation	-5	0	0	13	7	244,8%
EBIT normalisé	121	0	16	51	188	42,2%
EBITDA normalisé	142	0	18	54	214	38,4%
Marge EBITDA normalisé	44,1%				48,0%	343 bp

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, 5 mars 2009 – 26 / 30



Europe de l'Ouest	4T07 Pro forma	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T08	Croissance interne
Volumes totaux (millier Hls)	9 135	-26	0	-857	8 252	-9,4%
Produits	876	-4	-43	-59	770	-6,7%
Coûts des ventes	-417	0	29	6	-381	1,5%
Marge brute	459	-4	-14	-52	389	-11,4%
Frais de distribution	-95	1	5	-8	-97	-8,2%
Frais commerciaux et de marketing	-149	3	6	2	-139	1,2%
Frais administratifs	-58	-3	1	3	-58	4,8%
Autres produits/charges d'exploitation	-23	0	-1	17	-7	70,4%
EBIT normalisé	134	-4	-3	-38	89	-29,2%
EBITDA normalisé	207	-1	-6	-39	160	-19,3%
Marge EBITDA normalisé	23,6%				20,8%	-313 bp

Europe Centrale et de l'Est	4T07 Pro forma	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T08	Croissance interne
Volumes totaux (millier Hls)	10 645	0	0	-1 224	9 421	-11,5%
Produits	478	0	-6	0	472	0,0%
Coûts des ventes	-255	0	5	-25	-275	-9,9%
Marge brute	222	0	-1	-26	196	-11,5%
Frais de distribution	-67	0	0	4	-63	5,3%
Frais commerciaux et de marketing	-90	0	1	-19	-108	-21,5%
Frais administratifs	-32	1	0	-2	-33	-5,7%
Autres produits/charges d'exploitation	6	0	0	-16	-10	-261,9%
EBIT normalisé	38	1	2	-60	-19	-151,5%
EBITDA normalisé	100	1	1	-44	57	-44,0%
Marge EBITDA normalisé	20,9%				12,2%	-930 bp

Asie-Pacifique	4T07 Pro forma	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T08	Croissance interne
Volumes totaux (millier Hls)	9 046	0	0	-294	8 752	-3,3%
Produits	248	0	-3	20	265	8,0%
Coûts des ventes	-139	1	-7	-17	-162	-12,4%
Marge brute	109	1	-9	3	103	2,5%
Frais de distribution	-15	0	2	-3	-16	-19,2%
Frais commerciaux et de marketing	-58	0	-1	-5	-64	-8,9%
Frais administratifs	-16	-2	-1	-2	-21	-15,6%
Autres produits/charges d'exploitation	4	0	0	6	10	124,4%
EBIT normalisé	25	-1	-10	-2	12	-8,4%
EBITDA normalisé	53	-2	-7	8	51	14,7%
Marge EBITDA normalisé	21,3%				19,3%	135 bp

Sociétés Holding et exportations globales	4T07 Pro forma	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T08	Croissance interne
Volumes totaux (millier Hls)	1 035	0	0	-89	946	-8,6%
Produits	291	-2	26	-47	269	-16,3%
Coûts des ventes	-246	-9	-26	33	-248	13,4%
Marge brute	45	-11	0	-15	20	-31,3%
Frais de distribution	-24	0	-1	6	-18	27,1%
Frais commerciaux et de marketing	-35	0	-3	-2	-40	-6,3%
Frais administratifs	-59	1	-1	10	-48	17,5%
Autres produits/charges d'exploitation	44	0	2	25	71	57,9%
EBIT normalisé	-28	-10	-2	25	-15	94,2%
EBITDA normalisé	-6	2	0	26	22	670,8%

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, 5 mars 2009 – 27 / 30



Annexe 3 - 2008 pro-forma informations sectorielles (en millions d'USD)					
InBev au niveau mondial	T1 08	T2 08	T3 08	T4 08	FY 08
	Pro forma	Pro forma	Pro forma	Pro forma	Pro forma
Volumes totaux (millier Hls)	94 523	106 399	112 257	102 934	416 113
Produits	8 850	10 452	10 893	8 963	39 158
Coûts des ventes	-4 461	-5 161	-5 293	-4 527	-19 443
Marge brute	4 388	5 291	5 599	4 436	19 715
Frais de distribution	-810	-903	-922	-818	-3 454
Frais commerciaux et de marketing	-1 233	-1 494	-1 448	-1 189	-5 364
Frais administratifs	-598	-579	-573	-520	-2 270
Autres produits/charges d'exploitation	90	129	134	143	496
EBIT normalisé	1 838	2 444	2 789	2 051	9 122
EBITDA normalisé	2 531	3 178	3 553	2 805	12 067
Marge EBITDA normalisé	28,6%	30,4%	32,6%	31,3%	30,8%

Amérique du Nord	T1 08	T2 08	T3 08	T4 08	FY 08
	Pro forma				
Volumes totaux (millier Hls)	33 649	36 872	38 085	31 952	140 558
Produits	3 627	4 115	4 232	3 597	15 571
Coûts des ventes	-1 818	-2 093	-2 177	-1 860	-7 948
Marge brute	1 809	2 022	2 055	1 736	7 623
Frais de distribution	-274	-297	-297	-260	-1 128
Frais commerciaux et de marketing	-430	-488	-480	-397	-1 794
Frais administratifs	-230	-230	-232	-177	-869
Autres produits/charges d'exploitation	-16	-17	2	-31	-62
EBIT normalisé	859	990	1 049	872	3 769
EBITDA normalisé	1 084	1 224	1 278	1 111	4 697
Marge EBITDA normalisé	29,9%	29,8%	30,2%	30,9%	30,2%

Amérique latine Nord	T1 08	T2 08	T3 08	T4 08	FY 08
	Pro forma				
Volumes totaux (millier Hls)	24 374	22 870	23 777	30 498	101 519
Produits	1 903	1 827	1 960	1 973	7 664
Coûts des ventes	-654	-647	-674	-659	-2 634
Marge brute	1 249	1 180	1 287	1 315	5 031
Frais de distribution	-219	-218	-234	-245	-916
Frais commerciaux et de marketing	-207	-208	-215	-208	-838
Frais administratifs	-112	-111	-101	-94	-418
Autres produits/charges d'exploitation	46	55	39	68	208
EBIT normalisé	757	698	776	835	3 067
EBITDA normalisé	863	810	895	973	3 540
Marge EBITDA normalisé	45,3%	44,3%	45,6%	49,3%	46,2%

Amérique latine Sud	T1 08	T2 08	T3 08	T4 08	FY 08
	Pro forma				
Volumes totaux (millier Hls)	9 178	6 610	7 345	10 565	33 698
Produits	459	353	426	617	1 855
Coûts des ventes	-184	-161	-194	-244	-782
Marge brute	275	192	232	374	1 073
Frais de distribution	-36	-29	-35	-45	-145
Frais commerciaux et de marketing	-47	-44	-48	-52	-191
Frais administratifs	-13	-16	-20	-24	-72
Autres produits/charges d'exploitation	6	-1	-5	11	11
EBIT normalisé	186	102	124	264	676
EBITDA normalisé	217	134	157	299	808
Marge EBITDA normalisé	47,3%	38,0%	37,0%	48,5%	43,5%

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, 5 mars 2009 – 28 / 30



Europe de l'Ouest	T1 08	T2 08	T3 08	T4 08	FY 08
	Pro forma				
Volumes totaux (millier Hls)	7 509	9 846	9 179	8 436	34 969
Produits	1 076	1 472	1 382	1 037	4 967
Coûts des ventes	-549	-661	-625	-519	-2 354
Marge brute	527	811	758	518	2 613
Frais de distribution	-150	-173	-163	-130	-615
Frais commerciaux et de marketing	-244	-299	-273	-186	-1 001
Frais administratifs	-94	-94	-84	-76	-348
Autres produits/charges d'exploitation	-38	-63	-37	-6	-143
EBIT normalisé	1	182	202	120	505
EBITDA normalisé	121	312	327	216	976
Marge EBITDA normalisé	11,2%	21,2%	23,6%	20,8%	19,6%

Europe Centrale et de l'Est	T1 08	T2 08	T3 08	T4 08	FY 08
	Pro forma	Pro forma	Pro forma	Pro forma	Pro forma
Volumes totaux (millier Hls)	8 308	14 113	14 300	9 421	46 142
Produits	547	1 028	1 085	606	3 267
Coûts des ventes	-303	-495	-533	-362	-1 693
Marge brute	244	533	552	245	1 573
Frais de distribution	-83	-120	-124	-83	-410
Frais commerciaux et de marketing	-127	-201	-189	-143	-660
Frais administratifs	-46	-34	-52	-44	-176
Autres produits/charges d'exploitation	-24	-53	-45	-11	-132
EBIT normalisé	-36	125	142	-36	196
EBITDA normalisé	40	215	248	68	571
Marge EBITDA normalisé	7,3%	20,9%	22,8%	11,2%	17,5%

Asie-Pacifique	T1 08	T2 08	T3 08	T4 08	FY 08
	Pro forma				
Volumes totaux (millier Hls)	10 905	15 313	18 808	11 411	56 438
Produits	486	604	731	464	2 285
Coûts des ventes	-266	-322	-390	-281	-1 258
Marge brute	221	282	342	183	1 027
Frais de distribution	-22	-28	-33	-22	-105
Frais commerciaux et de marketing	-128	-160	-170	-131	-589
Frais administratifs	-26	-29	-31	-30	-116
Autres produits/charges d'exploitation	-1	0	13	14	26
EBIT normalisé	44	64	121	13	243
EBITDA normalisé	94	116	175	68	452
Marge EBITDA normalisé	19,2%	19,2%	24,0%	14,6%	19,8%

Sociétés Holding et exportations globales	T1 08	T2 08	T3 08	T4 08	FY 08
	Pro forma	Pro forma	Pro forma	Pro forma	Pro forma
Volumes totaux (millier Hls)	600	773	763	652	2 788
Produits	750	1 053	1 076	669	3 548
Coûts des ventes	-687	-782	-701	-603	-2 774
Marge brute	63	271	375	66	774
Frais de distribution	-27	-37	-37	-34	-135
Frais commerciaux et de marketing	-49	-94	-74	-74	-289
Frais administratifs	-77	-66	-54	-75	-271
Autres produits/charges d'exploitation	117	207	166	98	589
EBIT normalisé	27	281	376	-18	667
EBITDA normalisé	113	367	473	71	1 024

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, 5 mars 2009 – 29 / 30



Annexe 4

Réconciliation entre les chiffres préparés selon les normes comptables brésiliennes et les normes IFRS pour l'Amérique latine pour l'année se terminant le 31 décembre 2008

EBIT Amérique latine selon les normes comptables brésiliennes

(Brésil + HILA, comme mentionné dans l'information sectorielle YTD dans le communiqué de presse de 4Q08 publié par Ambev)

En millions de réals brésiliens **5 803**

En millions d'euros **2 206**

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 (16)
 - Autres produits/(charges) d'exploitation, présentés hors bénéfice d'exploitation selon les normes comptables brésiliennes, inclus dans le bénéfice d'exploitation selon les IFRS 66
- 2 256**

Ajustements

- Dépréciation du goodwill selon les normes comptable brésiliennes, pas selon les IFRS 296
- Autres ajustements relatifs aux amortissements (basés sur la juste valeur, taux InBev, immobilisations incorporelles, ...) (6)
- Comptabilisation des charges de pension et paiements fondés sur des actions (IFRS 2 et IAS 19) (10)
- Autres (5)

EBIT normalisé Amérique latine selon les IFRS

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

2 531

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, 5 mars 2009 – 30 / 30

