

PERSBERICHT

Brussel, 07 mei 2009 – 1 / 13



Bijgaande informatie betreft gereguleerde informatie in de zin van het koninklijk besluit van 14 november 2007 betreffende de verplichtingen van emittenten van financiële instrumenten die zijn toegelaten tot de verhandeling op een gereguleerde markt.

Anheuser-Busch InBev publiceert resultaten voor het eerste kwartaal van 2009

Tenzij anders aangegeven, zijn onderstaande analyses gebaseerd op interne groeicijfers en verwijzen ze naar 1Q09 vergeleken met 1Q08. Teneinde het inzicht in de onderliggende prestaties van Anheuser-Busch InBev te vergemakkelijken, steunen de commentaren in dit persbericht, behoudens andersluidende vermelding, op interne groei- en genormaliseerde cijfers. Gezien de omvang van de transactie met Anheuser-Busch, geven we in dit persbericht de geconsolideerde volumes en resultaten van 1Q08 op pro-formabasis (inclusief pro-forma resultaten van Anheuser-Busch, wat een getrouw beeld geeft van de onderliggende interne prestatie van onze activiteiten). De rapporteringsmunt is USD.

HOOGTEPUNTEN 1Q09

- **Volumeprestaties:** De totale volumes voor 1Q09 namen toe met 0,9%, met een stijging van het volume eigen bieren met 0,5%. Die stijging is vooral het gevolg van een groei van onze belangrijkste merken met 3,5%, met Brahma, Skol, Bud Light, en Harbin als uitschieters. Het volume frisdranken steeg met 5,8%.
- **Stijging marktaandeel:** In het eerste kwartaal hebben we marktaandeel gewonnen op zeven van onze sleutelmarkten, met name Argentinië, België, Duitsland, VK, VS, Zuid-Korea en Oekraïne.
- **Opbrengstengroei:** Onze totale opbrengsten stegen met 4,7%. Die stijging is vooral het gevolg van een groei met 10,4% in Latijns-Amerika Noord, met 11% in Centraal- en Oost-Europa en met 21,1% in Latijns-Amerika Zuid. De opbrengsten per hl* namen ondanks de moeilijke economische omstandigheden toe met 5,9% ten gevolge van efficiënt opbrengstenbeheer en onze aanhoudende aandacht voor luxemerken.
- **Kostprijs Verkochte Goederen (KVG):** Onze totale KVG is in 1Q09 met 0,2% gestegen, maar de KVG per hl* is met 2,5% gestegen. Hoewel onze KVG onder druk blijft staan, werd de algemene kosteninflatie gedeeltelijk gecompenseerd door beste praktijken en verbeterde productiviteit van de brouwerijen.
- **Bedrijfskosten onder controle:** Onze bedrijfskosten daalden met 6,5% aangezien ons synergieprogramma in de VS sneller op gang kwam.
- **EBITDA:** De genormaliseerde EBITDA voor 1Q09 van 2 786 miljoen USD steeg met 25,9% en de genormaliseerde EBITDA-marge voor 1Q09 bedroeg 34,0% vergeleken met 28,6% in 1Q08, een stijging met 577 basispunten op interne basis, d.w.z. na eliminatie van de wisselkoerseffecten en wijzigingen in de consolidatiekring (scopes). In alle Zones hebben we een verbetering van de EBITDA-marge op interne basis gerealiseerd. Het beste resultaat werd daarbij behaald in Noord-Amerika, waar de marges stegen van pro forma 29,9% naar 37,3%. In de resterende kwartalen van 2009 zullen we wellicht geen gelijkaardige interne EBITDA-groei realiseren wegens de moeilijkere vergelijkende basis.
- **Winst:** De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev bedroeg 783 miljoen USD vergeleken met 398 miljoen USD in 1Q08 op gerapporteerde basis.
- **Kasstroom:** De kasstroom profiteerde van de genormaliseerde EBITDA-groei met 25,9% en van de verbeterde discipline op het vlak van investeringsuitgaven. De kasstroom die

* Exclusief Amerikaanse entertainment- en verpakkingsactiviteiten

PERSBERICHT

Brussel, 07 mei 2009 – 2 / 13



beschikbaar was voor de afbouw van de schuldpositie bedroeg ongeveer 1,1 miljard USD, wat samen met de succesvolle uitgifte van obligaties voor aanzienlijke financiële stabiliteit zorgt

- **Verkopen:** We hebben vandaag in een afzonderlijk persbericht aangekondigd dat we een overeenkomst gesloten hebben met Kohlberg Kravis Roberts & Co. L.P. (KKR) voor de verkoop van onze Zuid-Koreaanse bieractiviteiten voor 1,8 miljard USD (ongeveer 2.3 biljoen KRW aan een wisselkoers van 1272.6).

Tabel 1. Geconsolideerde resultaten (miljoen usd)

	1Q09	1Q08 Gerapporteerd	1Q08 Pro forma	Interne groei
Volumes (in duizenden hl)	95 051	59 038	94 523	0.9%
Biervolumes	84 086	48 669	84 129	0.3%
Waarvan eigen merkbieren	82 959	47 424	82 813	0.5%
Niet-biervolumes	10 965	10 369	10 395	5.8%
Opbrengsten	8 197	4 780	8 850	4.7%
Brutowinst	4 190	2 736	4 388	9.7%
Genormaliseerde EBITDA	2 786	1 468	2 531	25.9%
Genormaliseerde EBIT	2 121	1 069	1 838	32.4%
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan de houders van AB InBev eigen-vermoedensinstrumenten	783	398		
Winst toe te rekenen aan de houders van AB InBev eigen-vermoedensinstrumenten	716	373		
Winst per aandeel vóór éénmalige opbrengsten/(kosten) (usd)	0.50	0.41		
Winst per aandeel (usd)	0.45	0.39		
Marges				
Brutomarge	51.1%	57.2%	49.6%	237 bp
Genormaliseerde EBITDA marge	34.0%	30.7%	28.6%	577 bp
Genormaliseerde EBIT marge	25.9%	22.4%	20.8%	548 bp

De gerapporteerde cijfers van Anheuser-Busch InBev voor 1Q09 en 1Q08 zijn gebaseerd op de niet-geauditeerde geconsolideerde tussentijdse financiële staten, opgesteld in overeenstemming met IFRS. Tenzij anders vermeld zijn de cijfers gerapporteerd in miljoen USD. Gezien de omvang van de transactie met Anheuser-Busch, geven we in dit persbericht de geconsolideerde volumes en resultaten tot genormaliseerde EBIT voor 2008 op pro-formabasis, inclusief pro-forma resultaten van Anheuser-Busch, en zodoende zijn deze cijfers opgenomen in de interne groeiberekeningen. Teneinde het inzicht in de onderliggende prestaties van Anheuser-Busch InBev te vergemakkelijken, steunen de groeianalyses, inclusief alle toelichtingen in dit persbericht en behoudens andersluidende vermelding, op interne groeicijfers. Met andere woorden, in de analyse van de cijfers wordt geen rekening gehouden met de impact van wijzigingen in de wisselkoersen op de omrekening van buitenlandse activiteiten, noch met wijzigingen in de consolidatiekring. Wijzigingen in de consolidatiekring vertegenwoordigen de impact van acquisities en desinvesteringen, de opstart of beëindiging van activiteiten of de transfer van activiteiten tussen segmenten.

Telkens wanneer de term 'genormaliseerd' in dit document wordt gebruikt, verwijst hij naar de prestatie-indicatoren (EBITDA, EBIT, winst, winst per aandeel) vóór eenmalige elementen. Eenmalige elementen zijn ofwel opbrengsten ofwel kosten die zich niet regelmatig voordoen als onderdeel van de normale activiteiten van de vennootschap. Ze worden afzonderlijk meegedeeld aangezien ze belangrijk zijn voor een goed begrip van de onderliggende duurzame prestaties van de vennootschap omwille van hun omvang of aard. Genormaliseerde cijfers zijn aanvullende cijfers die door het management worden gebruikt en mogen niet dienen ter vervanging van de cijfers bepaald in overeenstemming met IFRS als indicator van de prestatie van de vennootschap. De optelling van cijfers in de tabellen

PERSBERICHT

Brussel, 07 mei 2009 – 3 / 13



en bijlagen kan soms leiden tot afrondingsverschillen. De winst per aandeel voor 1Q09 is gebaseerd op een gewogen gemiddelde van 1 582 miljoen aandelen, vergeleken met 964 miljoen aandelen in 1Q08, gewijzigd in lijn met de door Euronext-Liffe voorgestelde methode.

COMMENTAAR VAN HET MANAGEMENT

Carlos Brito, CEO (Algemeen Directeur), verklaarde: *"We waarderen al het harde werk van onze 120 000 collega's wereldwijd dat onder moeilijke omstandigheden tot sterke resultaten heeft geleid. Ik ben in het bijzonder verheugd met de vooruitgang bij de integratie van Anheuser-Busch. We maken er werk van om onze synergiedoelstellingen te halen en hebben 295 miljoen USD aan synergieën gerealiseerd in Q1. Bovendien blijven we marktaandeel winnen in de VS.*

We blijven ons engageren om het Beste Bierbedrijf in een Betere Wereld te worden. In maart hebben we 150 hoge kaderleden uit heel de wereld bijeengebracht in St. Louis om hen uit de eerste hand te laten kennismaken met de fantastische sterktes die Anheuser-Busch de onderneming te bieden heeft, de leden van het managementteam van Anheuser-Busch aan hun wereldwijde tegenhangers voor te stellen, en beste praktijken uit te wisselen. De energie die en het enthousiasme dat deze bijeenkomst opwerkte, heeft onze belofte om voort te bouwen op ons Droom/Mensen/Cultuur-platform aanzienlijk versterkt.

Met andere woorden, 2009 is goed begonnen, maar we erkennen dat er nog veel uitdagingen voor ons liggen. Terwijl onze activiteiten blijf van veerkracht blijven geven in een moeilijke wereldwijde macro-economische omgeving erkennen we het uitdagende ondernemingsklimaat voor de rest van het jaar. We blijven ons concentreren op de integratie van de activiteiten van Anheuser-Busch en de afbouw van de schuldpositie van het bedrijf door onze doelstellingen inzake synergieën en kasstromen te verwezenlijken. Tegelijkertijd blijven we ons engageren om aanzienlijke financiële en marketingmiddelen te investeren in onze belangrijkste merken om duurzame, winstgevende groei te realiseren".

Felipe Dutra, CFO, voegde hieraan toe: *"Het eerste kwartaal van 2009 was een veelbelovende start van het jaar: de geconsolideerde volumes namen toe met 0,9%, onze belangrijkste merken noteerden een volumegroei van 3,5%, en we hebben marktaandeel gewonnen in zeven sleutelmarkten. Onze activiteiten blijven gedisciplineerd en in alle Zones werd een verbetering van de EBITDA-marge gerealiseerd. Daar moeten we wel aan toevoegen dat we niet verwachten dat de EBITDA-groei zich de rest van het jaar even sterk zal doorzetten als in Q1.*

De kasstroom profiteerde van de EBITDA-groei met 25,9% en van de verbeterde discipline op het vlak van investeringsuitgaven. De kasstroom die beschikbaar was voor de afbouw van de schuldpositie bedroeg in het eerste kwartaal ongeveer 1,1 miljard USD, wat samen met de succesvolle uitgifte van obligaties voor aanzienlijke financiële stabiliteit zorgt. We hebben momenteel liquide middelen plus vastgelegde kredietfaciliteiten ter waarde van 7 miljard USD en verwachten dat we in de rest van 2009 stevige aanvullende vrije kasstromen zullen genereren. Hiertegenover staat de 6,5 miljard USD aan schulden, inclusief de acquisitieschuld, die de komende 12 maanden afgelost moeten worden.

Op het vlak van de desinvesteringen hebben we een belangrijke stap voorwaarts gezet om onze sinds de acquisitie gestelde doelstelling om 7 miljard USD aan inkomsten te realiseren vanuit de verkoop van activa, met de mededeling dat we een overeenkomst gesloten hebben

met KKR voor de verkoop van onze Zuid-Koreaanse bieractiviteiten voor 1,8 miljard USD. De verkoop van ons minderheidsbelang van 19,9% in Tsingtao werd afgerond op 30 april, en we blijven werken aan een brede waaier aan actieve opportuniteiten om het resultaat voor onze stakeholders te optimaliseren.

Ten slotte heeft de Raad van Bestuur het management het mandaat toegekend om de nodige stappen te ondernemen voor het opstarten van een Level 1 ADR-programma om de aanschaf van onze aandelen mogelijk te maken in de VS."

BELANGRIJKSTE MERKEN

We hanteren dezelfde energie en discipline voor onze marketinginspanningen als voor de andere rendabiliteitspijlers. Dat betekent dat we binnen ons portfolio met bijna 300 merken het merendeel van onze middelen inzetten voor onze Belangrijkste Merken, diegene die het grootste groeipotentieel hebben binnen hun relevante consumentensegmenten. Het succes van die strategie blijkt uit een groei van de Belangrijkste Merken met 3,5% in 1Q09, wat ons hielp om marktaandeel te winnen in zeven belangrijke markten. Bovendien zijn onze Belangrijkste Merken goed voor ongeveer 70% van ons volume en nemen ze een hoog percentage van onze opbrengsten en winst voor hun rekening.

We hechten veel belang aan de gezondheid van onze merken volgens onze consumenten. We zijn ervan overtuigd dat een gezond merk vandaag de basis is voor een groeiend luxemerk morgen. We houden de merkgezondheid systematisch in het oog in het merendeel van de landen waar we actief zijn. Binnen deze strategie linken we de evolutie van merkgezondheidsactoren aan onze doelstellingen en we doen dat consistent over de markten heen.

Hoogtepunten Belangrijkste Merken in het eerste kwartaal:

- Brahma, Skol, Bud Light inclusief Bud Light Lime en Harbin waren de sterkste groeiers onder de Belangrijkste Merken.
- In de Verenigde Staten zijn de leveringen Stella Artois met bijna 37% toegenomen, terwijl in het invoersegment zwakkere volumes werden gerealiseerd. De indicatoren tonen aan dat Stella Artois een gezond merk is en blijft verbeteren.
- In het VK slaagde Stella Artois er in een negatieve trend inzake merkgezondheid om te buigen, met verbeteringen in de relevante indicatoren sinds de invoering van een nieuwe creatieve strategie en de lancering van Stella Artois 4% vorig jaar.
- Stella Artois heeft zijn sterke groei in Argentinië voortgezet en groeide met bijna 25%. Het merk is het best verkopende internationaal biermerk in Argentinië en blijft marktaandeel veroveren binnen het segment.
- In China hebben zowel Budweiser als Harbin in het eerste kwartaal een volumegroei met meer dan 10% gerealiseerd.

PERSBERICHT

Brussel, 07 mei 2009 – 5 / 13



BEDRIJFSRESULTATEN

Tabel 2. Volumes (duizend Hls)

	1Q08 Pro forma	Scope	Interne groei	1Q09	Interne groei
Noord-Amerika	33 649	- 723	38	32 963	0.1%
Latijns-Amerika Noord	24 374	- 317	1 824	25 881	7.6%
Latijns-Amerika Zuid	9 178	0	37	9 215	0.4%
West-Europa	7 509	128	- 637	7 000	-8.3%
Centraal- en Oost Europa	8 308	0	- 423	7 885	-5.1%
Azië	10 905	0	- 5	10 900	0.0%
Holdingmaatschappijen en globale export	600	595	12	1 207	1.0%
AB InBev Wereldwijd	94 523	- 317	845	95 051	0.9%

Noord-Amerika

Onze totale volumes stegen intern met 0.1% in 1Q09, aangezien de volumegroei in de Verenigde Staten gedeeltelijk teniet werd gedaan door volumedalingen in Canada.

De leveringsvolumes in de **Verenigde Staten** zorgden voor een interne **volumegroei** van 0,5%, en de binnenlandse **bierverkoop aan kleinhandelaars (VAK)** gecorrigeerd voor het aantal verkoopdagen steeg met 2,0%. We hebben ondanks de huidige zwakke positie van het segment van de invoer- en luxebieren opnieuw goede resultaten neergezet inzake leveringen van onze **Europese merken naar de VS**. Stella Artois volumes kenden een groei van bijna 37%.

In **Canada** is het volume eigen bieren in 1Q09 met 2,1% gedaald omwille van de zwakke positie van de industrie, terwijl Budweiser en Bud Light opnieuw heel goede resultaten neerzetten.

De succesvolle toepassing van Zero Based Budgeting (ZBB) en verdere besparingen binnen het kader van Blue Ocean hebben geleid tot een aanzienlijke daling van de bedrijfskosten in de Zone. De distributiekosten daalden ten gevolge van de implementatie van het Blue Ocean-plan en ZBB en dankzij lagere transport- en brandstofkosten. Daarnaast hadden lagere media- en reclamekosten een positieve impact op de commerciële uitgaven van de Zone.

Bijgevolg bedroeg de EBITDA voor Noord-Amerika 1 396 miljoen USD, een interne stijging met 31,7%. Dit resultaat is het gevolg van een voortgezette opbrengstengroei en de realisatie van synergieën in lijn met onze verwachtingen. De EBITDA-marge steeg van een pro forma 1Q08 29,9% tot 37,3% in 1Q09.

Latijns-Amerika Noord

In Latijns-Amerika Noord (LAN) hebben we een sterke volumegroei van 7,6% gerealiseerd, waarbij het volume bieren met 6,2% steeg en het volume frisdranken met 11,3% toenam.

PERSBERICHT

Brussel, 07 mei 2009 – 6 / 13



In **Brazilië** realiseerden we een volumegroei van 7,6% voor bier en 12,6% voor frisdranken ten gevolge van: (i) hoger beschikbaar inkomen van de consument voor de eerste keer in zes kwartalen, ondersteund door een stijging van de minimumlonen met 12% in nominale termen en een vertraging van de inflatie van de voedselprijzen; (ii) goed weer in deze periode; en (iii) een gunstige carnavalkalender. In het eerste kwartaal hadden we volgens Nielsen een marktaandeel van 67,0%, een daling met 70 basispunten ten gevolge van de prijsverhogingen die we in het begin van de zomer doorgevoerd hebben. In maart bedroeg ons marktaandeel echter 67,2%, wat 0,2 pp hoger is dan in maart 2008.

In Latijns-Amerika Noord steeg de EBITDA met 17,4% tot 742 miljoen USD ten gevolge van sterke volumegroei en goed beheer van de vaste kosten, wat een interne verbetering van de EBITDA-marge met 290 basispunten tot 47,7% tot gevolg had.

Latijns-Amerika Zuid

In Latijns-Amerika Zuid groeide het volume in 1Q09 met 0,4%; het volume bieren nam toe met 0,7% en het volume niet-bieren daalde met 0,1%. In **Argentinië** groeide ons volume bieren in 1Q09 met 2,2% en hebben we ons marktaandeel vergroot terwijl de groei van de industrie begon te vertragen. Niettemin is het segment van de luxebieren blijven groeien en noteerde Stella Artois een volumegroei van 24,9%.

De EBITDA van Latijns-Amerika Zuid steeg met 24,1% tot 249 miljoen USD, voornamelijk dankzij solide opbrengstengroei en verbeteringen van de productmix alsook dankzij goed beheer van de vaste kosten. De distributiekosten stegen verder onder de invloed van hogere arbeids- en transportkosten. De EBITDA-marge bedroeg 49,1%, wat een verbetering is met 118 basispunten.

West-Europa

In 1Q09 daalde het volume eigen bieren met 3,5%, terwijl het totale volume daalde met 8,3%. In **Duitsland** daalde het volume eigen bieren met 3,1%, hoewel onze voornaamste merken Beck's en Hasseröder gegroeid zijn ten opzichte van vorig jaar. In **België** steeg ons volume eigen bieren in 1Q09 met 0,1%, vooral te danken aan Jupiler en ondanks een zwakke industrie. In het **Verenigd Koninkrijk** daalde het volume eigen bieren in 1Q09 met 6,8% wegens de zwakkere positie van de industrie, maar deden Stella Artois en Beck's het goed. Stella Artois slaagde erin een negatieve trend inzake merkgezondheid om te buigen, met aanzienlijke verbeteringen in de fundamentele merkgezondheidsindicatoren sinds de invoering van een nieuwe creatieve strategie en de lancering van Stella Artois 4% vorig jaar. Gebaseerd op Q1 gegevens hebben we marktaandeel gewonnen in België, Duitsland en het VK.

De EBITDA van West-Europa steeg met 23,3% tot 124 miljoen USD, aangezien de Zone profiteerde van een lagere kostprijs verkochte goederen en lagere bedrijfskosten alsook van lagere media- en reclamekosten. Dit vertaalde zich in een EBITDA-marge van 14,4%, een verbetering met 315 basispunten.

Centraal- en Oost-Europa

De afname van het volume in Centraal- en Oost-Europa (CEE) met 5,1% in 1Q09 was het gevolg van volumedalingen in Rusland in het bijzonder. Deze afname werd gedeeltelijk gecompenseerd door volumegroei in Oekraïne. In **Rusland** daalde het biervolume met 9,3% door de zwakke industrievolumes en marktaandeelverlies in het segment van de goedkopere

PERSBERICHT

Brussel, 07 mei 2009 – 7 / 13



merken aangezien we ons blijven richten op merken met een hogere marge. In **Oekraïne** is het biervolume in 1Q09 met 9,7% gestegen ondanks de zwakkere positie van de industrie. Een dubbelcijferige groei van onze Belangrijkste Merken Chernigivske en Staropramen zorgde voor een stijging van het marktaandeel.

De EBITDA van de Zone steeg met 201% tot 80 miljoen USD doordat de opbrengstengroei en lagere distributiekosten (dankzij lagere transporttarieven dan vorig jaar) de hogere kostprijs verkochte goederen ruimschoots compenseerden. De EBITDA-marge steeg van 7,3% tot 17,8%.

Azië

De volumes in Azië zijn onveranderd gebleven. In **China** daalden de volumes met 1,1% aangezien de volumegroei in het noordoosten meer dan teniet gedaan werd door volumedalingen in het zuidoosten. Zowel Budweiser als Harbin hebben in het eerste kwartaal een volumegroei met meer dan 10% gerealiseerd. De volumes in **Zuid-Korea** groeiden in 1Q09 met 6.6% dankzij de sterke resultaten van het merk Cass, dat met 11,7% groeide. Ook ons marktaandeel is verder gestegen.

In Azië steeg de EBITDA met 7,9% tot 84 miljoen USD, voornamelijk dankzij opbrengstenbeheer in Zuid-Korea, wat ten dele tenietgedaan werd door hogere distributiekosten. Daarnaast had de planning van de verkoop- en marketingkosten een positieve impact op EBITDA. De EBITDA-marge van de Zone bedroeg 17,3%, 13 basispunten meer dan vorig jaar op interne basis.

Globale Export en Holdingmaatschappijen (GEHC)

GEHC, wat ook de Amerikaanse entertainment- en verpakkingsactiviteiten omvat, noteerde een EBITDA van 111 miljoen USD, een daling met 6 miljoen USD, wat vooral te wijten is aan hogere administratiekosten.

- *Verpakking* - De Amerikaanse verpakkingsactiviteiten boekten een opbrengstenbijdrage van 337 miljoen USD
- *Entertainment* - de opbrengstenbijdrage van de Amerikaanse entertainmentactiviteiten bedroeg 181 miljoen USD

PERSBERICHT

Brussel, 07 mei 2009 – 8 / 13



GECONSOLIDEERDE RESULTATENREKENING

Tabel 3. Geconsolideerde resultatenrekening (miljoen usd)

	1Q08 Gerapporteerd	1Q08 Pro forma	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	1Q09	Interne groei
Opbrengsten	4 780	8 850	- 12	-1 060	419	8 197	4,7%
Kostprijs verkochte goederen	-2 044	-4 461	25	421	9	-4 007	0,2%
Brutowinst	2 736	4 388	14	- 639	427	4 190	9,7%
Distributiekosten	- 610	- 810	- 13	122	101	- 600	12,3%
Verkoop- en marketingkosten	- 760	-1 233	3	147	40	-1 042	3,3%
Administratieve kosten	- 376	- 598	- 3	75	23	- 503	3,8%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	79	90	0	- 18	4	76	3,9%
Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige opbrengsten/kosten	1 069	1 838	0	- 312	595	2 121	32,4%
Eenmalige opbrengsten/kosten	- 38					- 50	
Netto financiële kosten	- 237					- 841	
Aandeel in het resultaat van geassocieerde ondernemingen	1					105	
Belastingen	- 132					- 342	
Winst	663					993	
toerekenbaar aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten	373					716	
toerekenbaar aan minderheidsbelangen	291					277	
Genormaliseerde EBITDA	1 468	2 531	0	- 399	654	2 786	25,9%
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan de houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten	398					783	

Opbrengsten – De geconsolideerde opbrengsten stegen in 1Q09 met 4,7% tot 8 197 miljoen euro. De stijging van de opbrengsten per hectoliter met 5.9%* weerspiegelt doeltreffende programma's voor opbrengstenbeheer.

Kostprijs verkochte goederen (KVG) – Onze KVG is in 1Q09 met 0,2% gedaald, en de KVG per hl* is met 2,5% gestegen. De KVG blijft een uitdaging, maar we beginnen de voordelen te zien van beste praktijken voor aankoop en van verbetering van de productiviteit van brouwerijen (VPO).

De **bedrijfskosten** daalden in 1Q09 met 6,5% met volgende ontwikkelingen:

- De *distributiekosten* daalden in 1Q09 met 12,3% tot 600 miljoen USD, voornamelijk door de realisatie van synergieën in Noord-Amerika, lagere tarieven in Centraal- en Oost-Europa en algemeen lagere brandstofkosten.
- De *verkoop- en marketingkosten* daalden met 3,3% tot 1 042 miljoen USD ten gevolge van lagere mediakosten.
- De *administratiekosten* daalden in 1Q09 met 3,8% tot 503 miljoen USD, aangezien de synergiebesparingen in Noord-Amerika de hogere kosten in Latijns-Amerika Noord en GEHC compenseerden.
- De *overige bedrijfsopbrengsten/kosten* stegen met 3,9% tot 76 miljoen USD

* Exclusief Amerikaanse entertainment- en verpakkingsactiviteiten

PERSBERICHT

Brussel, 07 mei 2009 – 9 / 13



Winst 1Q09 - De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van Anheuser-Busch InBev bedroeg in 1Q09 783 miljoen USD vergeleken met 398 miljoen USD in 1Q08 op gerapporteerde basis.

- *Netto financiële kosten:* 841 miljoen USD (237 miljoen USD in 1Q08 op gerapporteerde basis). De stijging is het gevolg van: rente op de bestaande schuld van Anheuser-Busch, de senior facilities voor het financieren van de acquisitie, de afschrijving van de transactiekosten betaald op de senior facilities en de afschrijving van de reële-waardecorrectie op de schuld van Anheuser-Busch
- *Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen:* 105 miljoen USD, wat de investering in Modelo vertegenwoordigt
- *Belastingen:* 342 miljoen USD (132 miljoen USD in 1Q08 op gerapporteerde basis) met een effectief belastingtarief van 27,8%, exclusief de resultaten van Modelo (16,6% in 1Q08). De belastingsuitgaven worden vooral beïnvloed door de consolidatie van de verworven bedrijven van AB, waarvan de resultaten belast worden aan een gemiddeld tarief van 40%, en door de belastingskosten die voortvloeien uit de verkoop van de activa van Labatt USA. Voor het volledige jaar blijven we een effectief belastingtarief van 25-27% verwachten
- *Winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen:* 277 miljoen USD (291 miljoen USD in 1Q08 op gerapporteerde basis)

VOORUITZICHTEN

We zien de EBITDA-groei in het eerste kwartaal niet als een indicator van onze resultaten voor de rest van 2009. De omstandigheden blijven over het algemeen uitdagend, we verwachten een lage eencijferige groei van de KVG per hl op jaarbasis en de vergelijkingsbasis wordt steeds moeilijker. Dit gezegd zijnde, verwachten we dat we onze doelstellingen inzake synergieën en kasstroomgeneratie verwezenlijken en tegelijkertijd de groei van onze Belangrijkste Merken bevorderen door middel van verkoop- en marketingprogramma's die discipline en efficiëntie combineren met innovatie.

Voortuitkijkend naar de rest van het jaar moeten we nog een aantal initiatieven en doelstellingen realiseren. We zullen hard blijven werken om onze verbintenissen voor 2009 waar te maken:

1. 1 miljard USD aan synergieën vanuit Anheuser-Busch realiseren in 2009;
2. Minstens 500 miljoen USD werkkapitaal vrijmaken in de VS en tegelijk blijven streven naar verbetering bij het voormalige InBev;
3. Op relevante markten de prijsdiscipline handhaven en tegelijk onze Belangrijkste Merken blijven ondersteunen;
4. Voor minstens 7 miljard USD aan desinvesteringen doorvoeren;
5. De investeringsuitgaven met minstens 1 miljard USD verminderen ten opzichte van pro forma cijfers 2008 zonder daarbij de kwaliteit van onze producten en de veiligheid van onze mensen in het gedrang te brengen;
6. Het looptijdprofiel en het valutaprofiel van onze openstaande schulden verbeteren;
7. De effectieve aanslagvoet van de gecombineerde vennootschap optimaliseren tot een niveau van 25-27%.

PERSBERICHT

Brussel, 07 mei 2009 – 10 / 13



RECENTE GEBEURTENISSEN

Anheuser-Busch InBev en Kohlberg Kravis Roberts & Co. L.P. ("KKR") hebben vandaag aangekondigd dat ze een akkoord gesloten hebben waarbij Anheuser-Busch InBev Oriental Brewery ("OB"), de tweede grootste brouwerij van Zuid-Korea, verkoopt aan een dochteronderneming van KKR voor een bedrag van 1,8 miljard USD (ongeveer 2.3 biljoen KRW aan een wisselkoers van 1272.6).

Anheuser-Busch InBev zal haar relatie met OB voortzetten via de uitwisseling van beste praktijken, door KKR exclusieve licenties toe te kennen om bepaalde merken in Zuid-Korea te verdelen, waaronder Budweiser, Bud-Ice en Hoegaarden, en door een belang te behouden in OB via een overeengekomen earn-out-regeling. Bovendien zal AB InBev het recht maar niet de verplichting hebben om OB binnen vijf jaar na afronding van de transactie opnieuw te verwerven overeenkomstig vooraf bepaalde financiële voorwaarden.

De verkoop van OB maakt deel uit van het lopende programma van Anheuser-Busch InBev voor de afbouw van de schuldpositie en stelt de onderneming in staat om aandeelhouderswaarde vrij te maken en dus inkomsten te genereren die gebruikt zullen worden om de schulden terug te betalen die de onderneming opgelopen heeft ten gevolge van de overname door InBev van Anheuser-Busch in november 2008.

De transactie is onderworpen aan de gebruikelijke goedkeuringen conform het Koreaans recht en aan andere gebruikelijke voorwaarden voor het afsluiten van transacties. De partijen verwachten dat ze de acquisitie in het derde kwartaal van 2009 zullen afronden. De partijen hebben een bindend engagement aangegaan voor de verkoop van OB, en KKR heeft een toezegging voor financiering bekomen voor de aankoop.

Anheuser-Busch InBev verwacht dat de impact op de bedrijfsresultaten niet belangrijk zal zijn en verwacht een eenmalige meerwaarde van ongeveer 500 miljoen USD. De meerwaarde kan nog geïmpacteerd worden door onder andere de wisselkoers bij de sluiting van de transactie.

De in dit document opgenomen financiële gegevens werden niet aan een audit of controle door onze commissaris onderworpen.

PERSBERICHT

Brussel, 07 mei 2009 – 11 / 13



Bijlagen

- Bijlage 1: Segmentinformatie eerste kwartaal 2009 (1Q09)

Agenda voor 7 mei 2009

- *Telefonische conferentie inzake resultaten 1Q09 voor investeerders 14u00. CET / 13u00 BST / 8u00 EST - voor alle details betreffende de inschrijving, zie http://www.ab-inbev.com/go/investors/events_calendar/1Q09_results.cfm;*

Over Anheuser-Busch InBev

Anheuser-Busch InBev is een beursgenoteerd bedrijf (Euronext: ABI) met hoofdzetel in Leuven, België. Het bedrijf is de wereldwijde leidinggevende brouwer en behoort tot 's werelds top vijf van bedrijven actief in consumptiegoederen. Anheuser-Busch InBev, een verkoopgericht bedrijf waar de consument echt centraal staat, beheert een portfolio van bijna 300 merken, waaronder de wereldwijde toonaangevende merken Budweiser, Stella Artois en Beck's, snelgroeiende multilandenmerken zoals Leffe en Hoegaarden en sterke "lokale pareltjes" zoals Bud Light, Skol, Brahma, Quilmes, Michelob, Harbin, Sedrin, Cass, Klinskoye, Sibirskaya Korona, Chernigivske, en Jupiler. Bovendien heeft de onderneming een participatie van 50 procent in Grupo Modelo, de grootste brouwer van Mexico en eigenaar van het wereldwijde merk Corona. Anheuser-Busch InBev's toewijding aan erfgoed en kwaliteit gaat ver terug in de tijd, naar brouwtradities die dateren van 1366 en de brouwerij Den Horen in Leuven, België, en naar de pioniersgeest van de Anheuser & Co brouwerij, gevestigd in St. Louis in de Verenigde Staten sinds 1860. Anheuser-Busch InBev is geografisch gediversifieerd met een evenwichtige blootstelling aan ontwikkelde markten en groeiemarkten en benut de collectieve sterkte van haar 120 000 medewerkers, die in vestigingen in meer dan 30 landen wereldwijd tewerk gesteld worden. Het doel van de onderneming is het Beste Bierbedrijf in een Betere Wereld te worden. Op een pro forma-basis voor 2008 zou de gecombineerde onderneming 39,2 miljard USD aan opbrengsten gegenereerd hebben. Bezoek voor meer informatie onze website: www.ab-inbev.com.

Contactpersonen Anheuser-Busch InBev:

Marianne Amssoms

Vice President Global External Communications

Tel: +32-16-27-67-11

E-mail: marianne.amssoms@ab-inbev.com

Robert Ottenstein

Vice President Investor Relations

Tel: +32-16-27-60-97

E-mail: robert.ottenstein@ab-inbev.com

Thelke Gerdes

Investor Relations

Tel: +32-16-27-68-88

E-mail: thelke.gerdes@ab-inbev.com

PERSBERICHT

Brussel, 07 mei 2009 – 12 / 13



Bijlage 1 - Segmentinformatie 1Q09 (miljoen usd)

AB InBev wereldwijd	1Q08 Pro forma	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	1Q09	Interne groei
Volumes (duizend Hls)	94 523	- 317	-	845	95 051	0.9%
Waarvan eigen merkbieren	82 813	- 289	-	436	82 959	0.5%
Opbrengsten	8 850	- 12	-1 060	419	8 197	4.7%
Kostprijs verkochte goederen	-4 461	25	421	9	-4 007	0.2%
Brutowinst	4 388	14	- 639	427	4 190	9.7%
Distributiekosten	- 810	- 13	122	101	- 600	12.3%
Verkoop- en marketingkosten	-1 233	3	147	40	-1 042	3.3%
Administratieve kosten	- 598	- 3	75	23	- 503	3.8%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	90	0	- 18	4	76	3.9%
Genormaliseerde EBIT	1 838	0	- 312	595	2 121	32.4%
Genormaliseerde EBITDA	2 531	0	- 399	654	2 786	25.9%
Genormaliseerde EBITDA marge	28.6%				34.0%	577 bp

Noord-Amerika	1Q08 Pro forma	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	1Q09	Interne groei
Volumes (duizend Hls)	33 649	- 723	-	38	32 963	0.1%
Opbrengsten	3 627	0	- 86	204	3 746	5.6%
Kostprijs verkochte goederen	-1 818	0	25	- 51	-1 843	-2.8%
Brutowinst	1 809	0	- 61	153	1 902	8.5%
Distributiekosten	- 274	0	20	74	- 180	27.1%
Verkoop- en marketingkosten	- 430	0	10	39	- 382	9.0%
Administratieve kosten	- 230	0	5	73	- 152	31.8%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	- 16	0	0	- 3	- 19	-18.1%
Genormaliseerde EBIT	859	0	- 26	337	1 170	39.2%
Genormaliseerde EBITDA	1 084	0	- 31	344	1 396	31.7%
Genormaliseerde EBITDA marge	29.9%				37.3%	737 bp

Latijns-Amerika Noord	1Q08 Pro forma	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	1Q09	Interne groei
Volumes (duizend Hls)	24 374	- 317	-	1 824	25 881	7.6%
Opbrengsten	1 903	- 12	- 532	197	1 556	10.4%
Kostprijs verkochte goederen	- 654	7	165	- 22	- 504	-3.4%
Brutowinst	1 249	- 5	- 367	174	1 052	14.0%
Distributiekosten	- 219	2	51	5	- 162	2.1%
Verkoop- en marketingkosten	- 207	3	58	- 37	- 183	-18.0%
Administratieve kosten	- 112	0	33	- 21	- 100	-18.8%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	46	0	- 14	9	40	19.0%
Genormaliseerde EBIT	757	0	- 240	130	647	17.1%
Genormaliseerde EBITDA	863	0	- 270	150	742	17.4%
Genormaliseerde EBITDA marge	45.3%				47.7%	290 bp

Latijns-Amerika Zuid	1Q08 Pro forma	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	1Q09	Interne groei
Volumes (duizend Hls)	9 178	0	-	37	9 215	0.4%
Opbrengsten	459	0	- 48	97	507	21.1%
Kostprijs verkochte goederen	- 184	0	21	- 30	- 193	-16.3%
Brutowinst	275	0	- 28	67	315	24.2%
Distributiekosten	- 36	0	5	- 11	- 42	-29.8%
Verkoop- en marketingkosten	- 47	0	5	3	- 39	6.8%
Administratieve kosten	- 13	0	1	- 2	- 13	-12.0%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	6	0	1	- 13	- 6	-208.0%
Genormaliseerde EBIT	186	0	- 16	45	214	24.0%
Genormaliseerde EBITDA	217	0	- 20	52	249	24.1%
Genormaliseerde EBITDA marge	47.3%				49.1%	118 bp

West-Europa	1Q08 Pro forma	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	1Q09	Interne groei
Volumes (duizend Hls)	7 509	128	-	- 637	7 000	-8.3%
Waarvan eigen merkbieren	6 250	128	-	- 222	6 156	-3.5%
Opbrengsten	1 076	0	- 182	- 35	859	-3.3%
Kostprijs verkochte goederen	- 549	0	99	40	- 410	7.3%
Brutowinst	527	0	- 83	5	449	1.0%
Distributiekosten	- 150	0	22	19	- 108	13.0%
Verkoop- en marketingkosten	- 244	- 1	37	10	- 198	4.1%
Administratieve kosten	- 94	0	15	- 4	- 84	-4.3%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	- 38	4	- 3	10	- 27	29.5%
Genormaliseerde EBIT	1	3	- 11	40	33	-
Genormaliseerde EBITDA	121	3	- 29	29	124	23.3%
Genormaliseerde EBITDA marge	11.2%				14.4%	315 bp

PERSBERICHT

Brussel, 07 mei 2009 – 13 / 13



Centraal- en Oost-Europa	1Q08 Pro forma	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	1Q09	Interne groei
Volumes (duizend Hls)	8 308	0	-	- 423	7 885	-5.1%
Opbrengsten	547	0	- 161	60	447	11.0%
Kostprijs verkochte goederen	- 303	0	91	- 28	- 241	-9.3%
Brutowinst	244	0	- 70	32	205	13.2%
Distributiekosten	- 83	0	18	13	- 51	16.3%
Verkoop- en marketingkosten	- 127	0	29	11	- 86	8.8%
Administratieve kosten	- 46	- 1	10	4	- 33	8.2%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	- 24	0	0	- 2	- 26	-9.1%
Genormaliseerde EBIT	- 36	- 1	- 13	58	9	160.8%
Genormaliseerde EBITDA	40	- 1	- 38	79	80	201.2%
Genormaliseerde EBITDA marge	7.3%				17.8%	1227 bp
Azië	1Q08 Pro forma	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	1Q09	Interne groei
Volumes (duizend Hls)	10 905	0	-	- 5	10 900	0.0%
Opbrengsten	486	2	- 40	35	483	7.1%
Kostprijs verkochte goederen	- 266	17	14	- 38	- 273	-15.4%
Brutowinst	221	19	- 26	- 4	209	-1.6%
Distributiekosten	- 22	- 15	4	- 2	- 34	-4.1%
Verkoop- en marketingkosten	- 128	- 1	5	11	- 112	8.4%
Administratieve kosten	- 26	- 4	2	- 8	- 36	-26.7%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	- 1	0	0	5	4	-
Genormaliseerde EBIT	44	0	- 15	3	31	6.3%
Genormaliseerde EBITDA	94	0	- 17	7	84	7.9%
Genormaliseerde EBITDA marge	19.2%				17.3%	13 bp
Holdingmaatschappijen en globale export	1Q08 Pro forma	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	1Q09	Interne groei
Volumes (duizend Hls)	600	595	-	12	1 207	1.0%
Opbrengsten	750	- 2	- 11	- 138	599	-18.5%
Kostprijs verkochte goederen	- 687	1	6	138	- 542	20.1%
Brutowinst	63	- 1	- 4	0	57	-0.6%
Distributiekosten	- 27	0	1	2	- 24	5.7%
Verkoop- en marketingkosten	- 49	1	2	3	- 42	7.2%
Administratieve kosten	- 77	2	10	- 20	- 85	-26.5%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	117	- 4	- 1	- 2	110	-1.9%
Genormaliseerde EBIT	27	- 2	9	- 18	16	-69.3%
Genormaliseerde EBITDA	113	- 2	7	- 6	111	-5.8%