

PERSBERICHT

Brussel, 13 augustus 2009 – 1 / 21



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 tweede kwartaal en de eerste helft van 2009

Tenzij anders aangegeven, zijn onderstaande analyses gebaseerd op interne groeicijfers en verwijzen ze naar respectievelijk 2Q09 vergeleken met 2Q08 en HY09 vergeleken met HY08. 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 2Q08 tot op het niveau van de genormaliseerde EBIT, op gecombineerde basis (inclusief resultaten van Anheuser-Busch, wat volgens ons een getrouw beeld geeft van de onderliggende interne prestatie van onze activiteiten). Alle verwijzingen per hectoliter (per hl) zijn exclusief de Amerikaanse entertainment-verpakkingsactiviteiten. De rapporteringsmunt is USD.

HOOGTEPUNTEN

- **Volumeprestaties:** In 2Q09 daalde het totale volume met 1,1%, en het volume eigen bieren met 1,2%. Het volume frisdranken steeg in 2Q09 met 3,9%. In HY09 daalde het totale volume met 0,1%, waarbij het volume eigen bieren daalde met 0,4% en het volume frisdranken steeg met 4,9%.
- **Belangrijkste merken:** De volumes van onze belangrijkste merken groeiden met 1,5% in 2Q09 en met 2,4% in HY09, voornamelijk door Brahma, Harbin, Skol, en de Bud Light-familie.
- **Stijging marktaandeel:** We hebben dit jaar tot nog toe marktaandeel gewonnen in 7 van onze belangrijkste markten: Argentinië, België, Brazilië, Zuid-Korea, Oekraïne, het VK, en de VS, en ons marktaandeel behouden in Canada.
- **Opbrengstengroei:** De opbrengsten zijn in 2Q09 met 1,4% en in HY09 met 2,9% gegroeid, terwijl de opbrengsten per hl met 4,3% stegen in 2Q09 en met 5,0% in HY09 dankzij voortgezet efficiënt opbrengstenbeheer, hoewel de vergelijkbare cijfers moeilijker werden in 2Q09.
- **Kostprijs Verkochte Goederen (KVG):** De KVG voor 2Q09 daalde met 5.6% in totaal en met 2,4% per hl aangezien we een positief effect ondervonden van een verhoging van de efficiëntie van de aankoopactiviteiten en lagere kosten van basisproducten waarvoor we ons niet kunnen afdekken. In HY09 daalde de KVG met 3,1% in totaal en met 0,2% per hl.
- **Bedrijfskosten onder controle:** De bedrijfskosten daalden met 3,9% in 2Q09 en met 5,2% in HY09 ten gevolge van de synergieprogramma's in de VS en een goed beheer van de vaste kosten in alle operationele Zones.
- **EBITDA:** De EBITDA voor 2Q09 steeg met 18,5% tot 3 596 miljoen USD, en de EBITDA-marge voor 2Q09 bedroeg 37,9% tegenover 30,4% in 2Q08, een stijging met 513 basispunten op interne basis. De EBITDA voor HY09 steeg met 21,8% tot 6 383 miljoen USD, en de EBITDA-marge bedroeg 36,1%, een interne verbetering met 541 basispunten. In 2Q09 en HY09 boekten we een verbetering van de EBITDA-marge op interne basis in alle operationele Zones.
- **Winst:** De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev voor 2Q09 bedroeg 1 134 miljoen USD vergeleken met 850 miljoen USD in 2Q08 op gerapporteerde basis. De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev voor HY09 bedroeg 1 918 miljoen USD vergeleken met 1 247 miljoen USD in HY08 op gerapporteerde basis.

PERSBERICHT

Brussel, 13 augustus 2009 – 2 / 21



- **Kasstroom:** De in HY09 gegenereerde kasstroom die beschikbaar was voor de afbouw van de schuldpositie bedroeg bij benadering 4,7 miljard USD dankzij sterke EBITDA-resultaten, de verkoop van Tsingtao en een verbeterde discipline op het vlak van investeringsuitgaven. De verhouding nettoschuld/EBITDA daalde van 4,7 eind 2008 naar 4,2 voor de periode van twaalf maanden eindigend op 30 juni 2009.
- **Verkoop van activa:** We hebben in HY09 voor 3,56 miljard USD aan activa verkocht.
- **Afbouw schuldpositie:** De Faciliteit "B" van 7 miljard USD werd volledig terugbetaald voor de vervaldatum van november 2009.

Tabel 1. Geconsolideerde resultaten (miljoen usd)

	2Q09	2Q08 Gerapporteerd	2Q08 Gecombineerd	Interne groei
Volumes (duizend hls)	105 224	68 425	106 399	-1.1%
Biervolumes	95 637	59 154	97 116	-1.5%
Waarvan eigen merkbieren	93 839	57 948	95 821	-1.2%
Niet-biervolumes	9 587	9 271	9 283	3.9%
Opbrengsten	9 501	5 789	10 452	1.4%
Brutowinst	5 118	3 365	5 291	8.2%
Genormaliseerde EBITDA	3 596	1 931	3 178	18.5%
Genormaliseerde EBIT	2 901	1 494	2 444	22.4%
Toe te kennen winst aan de houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten (aenormaliseerd)	1 134	850		
Toe te kennen winst aan de houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 071	836		
Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten) (usd)	0.72	0.89		
Winst per aandeel (usd)	0.68	0.87		
Marges				
Brutomarge	53.9%	58.1%	50.6%	340 bp
Genormaliseerde EBITDA marge	37.9%	33.4%	30.4%	513 bp
Genormaliseerde EBIT marge	30.5%	25.8%	23.4%	484 bp

PERSBERICHT

Brussel, 13 augustus 2009 – 3 / 21



	HY09	HY08	HY08	Interne
	Gerapporteerd	Gecombineerd	Gecombineerd	groei
Volumes (duizend hls)	200 274	127 463	200 922	-0.1%
Biervolumes	179 723	107 823	181 244	-0.7%
Waarvan eigen merkbieren	176 799	105 372	178 634	-0.4%
Niet-biervolumes	20 551	19 640	19 678	4.9%
Opbrengsten	17 698	10 563	19 302	2.9%
Brutowinst	9 308	6 098	9 679	8.9%
Genormaliseerde EBITDA	6 383	3 397	5 709	21.8%
Genormaliseerde EBIT	5 021	2 562	4 282	26.7%
Toe te kennen winst aan de houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten (genormaliseerd)	1 918	1 247		
Toe te kennen winst aan de houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 787	1 207		
Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten) (usd)	1.21	1.30		
Winst per aandeel (usd)	1.13	1.26		
Marges				
Brutomarge	52.6%	57.7%	50.1%	291 bp
Genormaliseerde EBITDA marge	36.1%	32.2%	29.6%	541 bp
Genormaliseerde EBIT marge	28.4%	24.3%	22.2%	512 bp

De gerapporteerde cijfers van Anheuser-Busch InBev voor 2Q09 en 2Q08, en voor HY09 en HY08 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 de geconsolideerde volumes en resultaten tot op het niveau van de genormaliseerde EBIT voor 2008 op gecombineerde basis, inclusief de resultaten van Anheuser-Busch in de vergelijkende basis, 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, zijnde 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 en bijlagen kan soms leiden tot afrondingsverschillen. De winst per aandeel voor 2Q09 en HY09 is gebaseerd op een gewogen gemiddelde van 1 582 miljoen aandelen, vergeleken met 960 miljoen aandelen in 2Q08 en HY08, aangepast in lijn met de door Euronext-Liffe voorgestelde methode.

COMMENTAAR VAN HET MANAGEMENT

Carlos Brito, CEO (Algemeen Directeur), verklaarde: "Onze resultaten voor het tweede kwartaal bouwen verder op onze sterke prestatie voor het eerste kwartaal, ondanks een uitdagendere omgeving die gekenmerkt wordt door een tendens van een over het algemeen zwakkere vraag, een tendens van overschakeling op goedkopere merken in sommige landen en een moeilijker vergelijkende basis.

De integratie van Anheuser-Busch verloopt nog steeds volgens schema of ligt voor op schema. We hebben 315 miljoen USD aan synergieën gerealiseerd in het tweede kwartaal van 2009, wat ons totaal voor het eerste halfjaar van 2009 op 610 miljoen USD brengt. Onze verkoop- en marketingteams hebben in deze periode uitstekend werk verricht en blijven marktaandeel winnen. Belangrijk is dat alle Zones het goed hebben gedaan en elk van hen aanzienlijke operationele verbeteringen heeft gerealiseerd, met marktaandeelwinst of -behoud op de meeste kernmarkten.

We hebben met andere woorden een uitstekende uitgangspositie voor het tweede halfjaar van 2009, maar erkennen dat er nog veel uitdagingen beantwoord moeten worden. Ondanks de veerkracht in de meeste van onze kernmarkten, is de bierindustrie niet immuun voor economische druk. We blijven ons focussen op de schuldafbouw van onze onderneming door onze synergie- en kasstroomdoelstellingen waar te maken en een gedisciplineerd desinvesteringsproces te volgen. Tegelijkertijd blijven we aanzienlijke verkoop- en marketingmiddelen investeren in onze belangrijkste merken, aldus de basis leggend voor vele jaren van winstgevende groei."

Felipe Dutra, CFO, voegde hieraan toe: "De geconsolideerde volumes zijn in essentie stabiel gebleven. We hebben echter marktaandeel gewonnen of behouden in 8 van onze belangrijkste markten en onze belangrijkste merken zijn met 1,5% gegroeid in het tweede kwartaal van 2009.

De EBITDA steeg met 18,5% in het tweede kwartaal en de EBITDA-marge kende een stijging in alle operationele Zones. De in HY09 gegenereerde kasstroom die beschikbaar was voor de afbouw van de schuldpositie, bedroeg bij benadering 4,7 miljard USD, dankzij sterke EBITDA-resultaten, de verkoop van Tsingtao en een verbeterde discipline op het vlak van investeringsuitgaven. Deze solide vrije kasstroom zorgt samen met ruim 13 miljard USD aan uitgegeven obligaties voor aanzienlijke financiële flexibiliteit. Op 30 juni hebben we 10,9 miljard USD aan liquide middelen plus vastgelegde kredietfaciliteiten en we verwachten dat we in de tweede helft van 2009 aanzienlijke additionele vrije kasstromen zullen genereren. Hiertegenover staat de 3,9 miljard USD aan schulden, inclusief de acquisitieschuld, die de komende 12 maanden afgelost moeten worden.

We blijven vooruitgang boeken ten opzichte van onze sinds de combinatie geformuleerde doelstelling om 7 miljard USD te realiseren vanuit de verkoop van activiteiten en activa, met de aankondiging van de verkoop van vier van onze verpakkingsfabrieken aan Ball Corporation voor een bedrag van 577 miljoen USD. De verkoop van ons belang van 27% in Tsingtao voor een bedrag van ongeveer 900 miljoen USD werd afgerond in het tweede kwartaal van 2009, en de verkoop van onze Zuid-Koreaanse bieractiviteiten voor een bedrag van 1,8 miljard USD werd afgerond op 24 juli 2009. Daarnaast hebben we ongeveer 280 miljoen USD gegenereerd uit kleinere verkopen van activiteiten en activa, waaronder Labatt USA, en gebouwen en

PERSBERICHT

Brussel, 13 augustus 2009 – 5 / 21



terreinen in West-Europa en andere Zones. In totaal hebben we met ons programma voor de verkoop van activa 3,56 miljard USD gerealiseerd in HY09. Met de netto-inkomsten uit de voltooide verkopen van activa en de sterke kasstroomgeneratie in de eerste helft van 2009 hebben we de Faciliteit "B" van 7 miljard USD begin augustus kunnen terugbetalen, drie maanden eerder dan de vervaldatum van november 2009. We focussen ons nu op de terugbetaling van de resterende 3,53 miljard USD van de Faciliteit "A" van 12 miljard USD, die in november 2010 vervalt.

Vooruitblikkend: hoewel we, zoals hiervoor aangegeven, uitgaan van een solide resultaat in het tweede halfjaar, zal onze jaar-op-jaar EBITDA-groei aanzienlijk lager zijn dan de 18,5% die we behaalden in 2Q09, voornamelijk wegens de moeilijker vergelijkende basis."

BELANGRIJKSTE MERKEN

Marketing blijft een belangrijke drijfveer van groei, gezien we investeren in merkenontwikkeling en innovatie. Binnen ons portfolio met bijna 300 merken, zetten we het merendeel van onze middelen in voor onze belangrijkste merken, met name diegene waarvan we geloven dat ze het grootste groeipotentieel hebben binnen hun relevante consumentensegmenten. In 2Q09 is het volume van de belangrijkste merken met 1,5% gestegen en hebben we marktaandeel gewonnen of behouden in 8 van onze belangrijkste markten, ondanks een uitdagende wereldwijde omgeving, wat de sterkte van ons kernportfolio aantoonst. In HY09 groeiden onze belangrijkste merken met 2,4%, of in hogere mate dan onze biervolumes.

Hoogtepunten van de belangrijkste merken in 2Q09:

- Brahma, Harbin, Skol, en de Bud Light-familie, inclusief Bud Light Lime, waren de sterkste groeiers onder de belangrijkste merken.
- Stella Artois bleef het goed doen in het VK en de VS, ondanks de zwakke positie van de markt, wat wijst op een goede merkgezondheid.
- Het volume van de Bud Light-familie steeg met bijna 50% in Canada, gedreven door de succesvolle introductie van Bud Light Lime.
- In China kende Harbin een volumegroei van 14,8% en groeide Budweiser met 11,6% in 2Q09. Uitvoerige marketinginitiatieven zoals Bud Music Kingdom, dat een nationale concerttour en zangwedstrijd omvat, zorgden voor uitbreiding naar nieuwe regionale markten.
- In België groeide Jupiler met 2,0% door marketinginvesteringen in de voetbal- en muziekplatformen van het merk en de recent gelanceerde lijnextensie Jupiler Tauro.

In 2Q09 werd de eerste verjaardag gevierd van de lijnextensie Bud Light Lime, die oorspronkelijk in april 2008 gelanceerd werd en reeds zeer sterke resultaten kan voorleggen in de VS:

- Bud Light Lime is het snelst groeiende merk binnen de biercategorie op basis van de verkoopscijfers in volume en in USD in kruidenierszaken en conveniencewinkels.
- Bud Light Lime is het bestverkopende nieuwe merk sinds Michelob Ultra in zowel conveniencewinkels als kruidenierszaken.
- De biercategorie telt meer dan 1 200 merken die via conveniencewinkels en kruidenierszaken verdeeld worden, en Bud Light Lime staat reeds op plaats 13 wat de verkoop in USD betreft.

PERSBERICHT

Brussel, 13 augustus 2009 – 6 / 21



BEDRIJFSRESULTATEN

Tabel 2. Volumes (duizend hls)

	2Q08	Scope	Interne groei	2Q09	Interne groei
	Gecombineerd				
Noord-Amerika	36 872	-734	-255	35 882	-0.7%
Latijns-Amerika Noord	22 870	-285	1 494	24 078	6.6%
Latijns-Amerika Zuid	6 610	251	-234	6 627	-3.5%
West-Europa	9 846	179	-567	9 458	-5.7%
Centraal- en Oost Europa	14 113	0	-1 262	12 851	-8.9%
Azië	15 313	0	-261	15 053	-1.7%
Holdingmaatschappijen en globale export	773	555	-55	1 274	-4.1%
AB InBev Wereldwijd	106 399	-34	-1 141	105 224	-1.1%
	HY08	Scope	Interne groei	HY09	Interne groei
	Gecombineerd				
Noord-Amerika	70 521	-1 457	-218	68 846	-0.3%
Latijns-Amerika Noord	47 244	-602	3 318	49 960	7.1%
Latijns-Amerika Zuid	15 789	251	-198	15 841	-1.3%
West-Europa	17 355	307	-1 204	16 458	-6.8%
Centraal- en Oost Europa	22 422	0	-1 685	20 736	-7.5%
Azië	26 219	0	-266	25 953	-1.0%
Holdingmaatschappijen en globale export	1 374	1 151	-43	2 481	-1.7%
AB InBev Wereldwijd	200 922	-351	-296	200 274	-0.1%

Noord-Amerika

De totale volumes in Noord-Amerika daalden met 0,7% in 2Q09 en met 0,3% in HY09.

De leveringsvolumes in de **Verenigde Staten** kenden een daling van 1,0% in 2Q09 en van 0,2% in HY09. De binnenlandse **bierverkoop aan kleinhandelaars (VAK)** gecorrigeerd voor het aantal verkoopdagen, daalde in de VS met 0,8% in 2Q09, maar steeg met 0,5% in HY09. Terwijl het importsegment zwak bleef, stegen de leveringen Stella Artois in HY09 met 13,4%.

In HY09 hebben Busch en Natural goed gepresteerd vermits bepaalde klanten overschakelden op goedkopere merken. Tegelijkertijd heeft de groei van luxeproducten zoals Bud Light Lime en Stella Artois de keuze voor goedkopere merken gedeeltelijk gecompenseerd, wat een bewijs is van hun merksterkte en van efficiënte marketinginspanningen. Over het algemeen hebben we dankzij de sterkte van ons divers portfolio marktaandeel kunnen winnen in HY09.

In **Canada** steeg het biervolume in 2Q09 met 2,1%, onder impuls van de sectorgroei van en marktaandeelwinst, en in HY09 met 0,5%. Budweiser en de Bud Light-familie hebben sterke resultaten laten zien in HY09 met een stijging van het volume van de Bud Light-family met bijna 50%, gestimuleerd door de succesvolle introductie van Bud Light Lime.

De brutowinst in de Zone steeg in 2Q09 met 8,5%, gedreven door een opbrengstengroei van 2,4% of 3,1% per hectoliter, en een daling van de KVG met 3,6% of 2,9% per hectoliter. De hogere opbrengsten per hl weerspiegelen het gunstige effect van de prijsverhogingen van 2008 in de VS, die enigszins geneutraliseerd worden door een selectieve overschakeling op goedkopere merken. De lagere KVG is te danken aan lagere grondstof- en verpakkingskosten en aan een efficiëntere productie. De implementatie van Zero-Based Budgeting (ZBB) resulteerde in lagere bedrijfskosten. Door de lagere vervoers- en brandstofkosten bleven de distributiekosten dalen. De verkoop- en marketingkosten daalden ten gevolge van een deflatie

PERSBERICHT

Brussel, 13 augustus 2009 – 7 / 21



van de mediakosten, waardoor we meer konden kopen met minder middelen, en ten gevolge van de timing en efficiëntie van onze verkoop- en marketingprogramma's.

Een sterk operationeel resultaat van de Zone heeft geleid tot een interne EBITDA-groei van 26,3% in 2Q09. De EBITDA-marge steeg van 29,8% in 2Q08 op gecombineerde basis naar 42,2% in 2Q09. De EBITDA voor HY09 bedroeg 3 137 miljoen USD, een interne groei met 28,8%. De EBITDA-marge steeg van 29,8% op gecombineerde basis naar 39,9% in HY09.

Latijns-Amerika Noord

In Latijns-Amerika Noord (LAN) hebben we een sterke volumegroei van 6,6% gerealiseerd, waarbij de biervolumes met 6,3% stegen en het volume frisdranken met 7,3% toenam. In HY09 kenden de volumes in de Zone een groei van 7,1%, waarbij de biervolumes met 6,2% stegen en het volume frisdranken met 9,4% toenam.

In **Brazilië** bedroeg de groei van het volume bieren 7,0% en van het volume frisdranken 7,0% ten gevolge van de succesvolle lancering van nieuwe verpakkingssinnovaties en andere versterkte marketinginspanningen, ondersteund door een hoger beschikbaar inkomen voor de consument dankzij een stijging van de minimumlonen en een lagere inflatie van de voedselprijzen. In 2Q09 is ons marktaandeel met 100 basispunten gestegen tot 68,3% dankzij de goede resultaten van onze innovaties en een rationelere concurrentieomgeving.

De groei van de brutowinst, die weliswaar gedeeltelijk door hogere bedrijfskosten teniet werd gedaan, zorgde voor goede bedrijfsresultaten binnen de Zone. De opbrengsten per hl werden negatief beïnvloed door belastingverhogingen hoger dan inflatie en door de verpakkingmix. De KVG per hl daalde ten gevolge van onze afdekkingen van grondstoffen en vreemde valuta, lagere graanprijzen, verpakkingmix- en productiviteitsinitiatieven in deze periode, die echter gedeeltelijk teniet werden gedaan door de algemene inflatie. Hogere investeringen in onze merken en in de lancering van innovaties hebben tot hogere commerciële kosten geleid. De stijging van de verkoop- en marketingkosten is ook het gevolg van de herclassificatie van bepaalde kostelementen die voorheen deel uitmaakten van de distributiekosten.

In Latijns-Amerika Noord steeg de EBITDA met 9,2% tot 698 miljoen USD ten gevolge van sterke volume- en opbrengstengroei en goed beheer van de vaste kosten, wat een EBITDA-marge van 44,9% tot gevolg had voor het tweede kwartaal. Voor HY09 bedroeg de EBITDA 1 440 miljoen USD, een stijging met 13,4%, waarbij de marge toenam van 44,8% in HY08 tot 46,3% dit jaar.

Latijns-Amerika Zuid

In Latijns-Amerika Zuid (LAS) daalden de volumes in 2Q09 met 3,5%, waarbij het volume bieren met 0,7% daalde en het volume niet-bieren met 7,5%, voornamelijk ten gevolge van de zwakke positie van de industrie in heel de Zone, vooral inzake frisdranken. In HY09 daalden de volumes in de Zone met 1,3% omdat de 0,1% groei van de biervolumes teniet werd gedaan door een daling van de volumes van de niet-bieren met 3,4%. In **Argentinië** steeg het biervolume in 2Q09 met 2,1% en in HY09 met 2,2% en konden we ons marktaandeel vergroten, hoewel de sector bleef vertragen.

De EBITDA voor de hele Zone steeg met 38,3% tot 163 miljoen USD, vooral ten gevolge van onze activiteiten op het vlak van opbrengstenbeheer en ten gevolge van een goed beheer van de vaste kosten. De distributiekosten stegen verder onder invloed van hogere arbeids- en transportkosten bovenop de inflatie. De EBITDA-marge steeg tot 43,3%, een stijging met 625

PERSBERICHT

Brussel, 13 augustus 2009 – 8 / 21



basispunten. De EBITDA voor HY09 steeg tot 412 miljoen USD, een stijging met 29,5%; daarnaast steeg de EBITDA-marge in HY09 van 43,2% naar 46,6%.

West-Europa

Het volume eigen bieren daalde in 2Q09 met 3,5%, terwijl het totale volume voor de Zone een daling met 5,7% kende, voornamelijk als gevolg van een aanzienlijke daling van de volumes uit onderaanneming, wat onze focus op eigen bierproducten weerspiegelt, en van de zwakke positie van de markt. In de eerste helft van het jaar daalden het volume eigen bieren met 3,5%, terwijl het totale volume van de Zone daalde met 6,8%.

In **Duitsland** is het volume eigen bieren met 6,5% gedaald in 2Q09 en met 5,1% in HY09, vooral wegens de verzwakking van de markt. Hoewel ons volume eigen bieren in **België** met 1,1% daalde in 2Q09 en met 0,6% in HY09, hebben we ons marktaandeel vergroot. In het **Verenigd Koninkrijk** daalde het volume eigen bieren met 3,4% in 2Q09 en 4,8% in HY09, wat de zwakke positie van de markt weerspiegelt; niettemin zijn we erin geslaagd marktaandeel te veroveren dankzij de heropleving van Stella Artois. Als gevolg van de lancering van de nieuwe lijnextensie Stella Artois 4% en de nieuwe creatieve strategie, won Stella Artois opnieuw marktaandeel. De volumes van het merk groeiden met 6,6% in 2Q09 en met 3,7% in HY09.

De zone West-Europa heeft opnieuw goede bedrijfsresultaten neergezet in 2Q09 met een lagere KVG en efficiënt beheer van de vaste kosten. De verkoop- en marketingkosten daalden met 82 miljoen USD, vooral ten gevolge van marketing- en promotiesynergieën in het VK, kosten gerelateerd aan de Olympische Spelen van het jaar ervoor, de afwezigheid van productlanceringen in Duitsland in 2Q08, en een deflatie van de media- en reclamekosten.

De EBITDA van de Zone groeide met 29,6% tot 346 miljoen USD en de EBITDA-marge steeg met 727 basispunten tot 29,0%. In HY09 kende de EBITDA een interne groei van 27,8% tot 469 miljoen USD. De EBITDA-marge steeg van 17,0% op gecombineerde basis naar 22,9% in HY09.

Centraal- en Oost-Europa

De volumes in Centraal- en Oost-Europa (CEE) daalden met 8,9% in 2Q09 en met 7,5% in HY09. In **Rusland** daalden de volumes met 14,1% in 2Q09 en met 12,3% in HY09 wegens de zwakke vraag en marktaandeelverlies in het segment van de goedkope merken. Hoewel ons marktaandeel in HY09 lager ligt dan vorig jaar, hebben we sequentieel 0,4pp gewonnen in juni. In **Oekraïne**, daalde het volume bieren met 7,5% in 2Q09 en met 1,7% in HY09, hoewel we hier verder marktaandeel gewonnen hebben. Chernigivske groeide met 5,8% in HY09 en is nu het best verkopende biermerk in Oekraïne dankzij efficiënte marketingcampagnes in de media.

De EBITDA van de Zone kende in 2Q09 een groei met 39,0% dankzij een sterke inkomstengroei ten gevolge van verbetering van de prijzen en van de productmix, een lagere KVG en lagere distributiekosten, aangezien de transporttarieven gedaald zijn ten opzichte van vorig jaar. De EBITDA-marge steeg van 20,9% naar 27,3%. De EBITDA voor HY09 bedroeg 291 miljoen USD, een interne stijging met 64,0%. De EBITDA-marge steeg in HY09 van 16,2% naar 23,8%.

PERSBERICHT

Brussel, 13 augustus 2009 – 9 / 21



Azië

De volumes daalden in Azië met 1,7% in 2Q09 en met 1,0% in HY09. **China** kende een daling met 2,1% in 2Q09 en met 1,7% in HY09 doordat de groei in het Noordoosten meer dan teniet gedaan werd door lagere volumes in het Zuidoosten. In 2Q09 hebben onze belangrijkste merken Harbin en Budweiser een volumegroei van respectievelijk 14,8% en 11,6% gerealiseerd. De volumes in **Zuid-Korea** stegen met 1,0% in 2Q09 en met 3,4% in HY09, wat tot aanzienlijke marktaandeelwinsten geleid heeft in HY09 ten gevolge van de groei van het merk Cass met 8,3%.

In Azië steeg de EBITDA met 15,1% tot 122 miljoen USD dankzij efficiënte activiteiten inzake opbrengstenbeheer in Zuid-Korea en besparingen op de productiekosten in China, die de hogere Chinese distributiekosten meer dan compenseerden. De EBITDA-marge van de Zone bedroeg 20,6%, wat 223 basispunten meer is dan vorig jaar. De EBITDA voor HY09 steeg met 11,9% tot 205 miljoen USD. De EBITDA-marge bedroeg in HY09 19,1%, een stijging met 128 basispunten.

Synergie-update: we blijven op schema om 1 miljard USD aan synergieën te realiseren in 2009. Voorlopig hebben we dit jaar al 610 miljoen USD aan synergieën gerealiseerd, waarvan 295 miljoen USD in 1Q09 en 315 miljoen USD in 2Q09, dankzij de succesvolle implementatie van ZBB, beste praktijken op het gebied van productie, en - in mindere mate - besparingen in de aankoopactiviteiten.

Globale Export en Holdingmaatschappijen (GEHC)

GEHC, inclusief de Amerikaanse entertainment- en verpakkingsactiviteiten, noteerde een EBITDA van 317 miljoen USD in 2Q09, een daling met 54 miljoen USD, jaar-op-jaar. De EBITDA voor HY09 bedroeg 429 miljoen USD, een daling met 60 miljoen USD tegenover HY08.

- *De Amerikaanse verpakkingsactiviteiten* boekten een opbrengstenbijdrage van 385 miljoen USD in 2Q09 en 722 miljoen USD in HY09
- *De Amerikaanse entertainmentactiviteiten* noteerden opbrengsten van 399 miljoen USD in 2Q09 en 580 miljoen USD in HY09

PERSBERICHT

Brussel, 13 augustus 2009 – 10 / 21



GECONSOLIDEERDE RESULTATENREKENING

Tabel 3. Geconsolideerde resultatenrekening (miljoen USD)

	2Q08	2Q08	Scope	Wisselkoers-	Interne	2Q09	Interne
	Gerapporteerd	Gecombineerd		effect	groei		groei
Opbrengsten	5 789	10 452	7	-1 108	149	9 501	1.4%
Kostprijs verkochte goederen	-2 424	-5 161	69	423	287	-4 383	5.6%
Brutowinst	3 365	5 291	76	-685	436	5 118	8.2%
Distributiekosten	-686	-903	-17	111	134	-675	14.6%
Verkoop- en marketingkosten	-935	-1 494	-1	171	96	-1 228	6.4%
Administratieve kosten	-354	-579	18	89	-116	-587	-20.0%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	105	129	164	-17	-2	274	-1.4%
Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige opbrengsten/kosten	1 494	2 444	241	-332	548	2 901	22.4%
Eenmalige opbrengsten/kosten	-16					-43	
Netto financiële kosten	-277					-1 152	
Aandeel in het resultaat van geassocieerde ondernemingen	2					123	
Belastingen	-100					-478	
Winst	1 104					1 351	
toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermoogensinstrumenten	836					1 071	
toerekenbaar aan minderheidsbelangen	268					279	
Genormaliseerde EBITDA	1 931	3 178	243	-414	589	3 596	18.5%
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan de houders van AB InBev eigen-vermoogensinstrumenten	850					1 134	

	HY08	HY08	Scope	Wisselkoers-	Interne	HY09	Interne
	Gerapporteerd	Gecombineerd		effect	groei		groei
Opbrengsten	10 563	19 302	-5	-2 167	568	17 698	2.9%
Kostprijs verkochte goederen	-4 465	-9 623	94	843	295	-8 390	3.1%
Brutowinst	6 098	9 679	89	-1 324	863	9 308	8.9%
Distributiekosten	-1 296	-1 713	-30	233	235	-1 276	13.5%
Verkoop- en marketingkosten	-1 694	-2 726	2	318	136	-2 271	5.0%
Administratieve kosten	-730	-1 177	15	164	-93	-1 090	-7.9%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	184	219	164	-35	2	350	0.8%
Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige opbrengsten/kosten	2 562	4 282	241	-644	1 143	5 021	26.7%
Eenmalige opbrengsten/kosten	-54					-93	
Netto financiële kosten	-513					-1 993	
Aandeel in het resultaat van geassocieerde ondernemingen	3					228	
Belastingen	-232					-820	
Winst	1 766					2 343	
toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermoogensinstrumenten	1 207					1 787	
toerekenbaar aan minderheidsbelangen	559					556	
Genormaliseerde EBITDA	3 397	5 709	243	-813	1 244	6 383	21.8%
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan de houders van AB InBev eigen-vermoogensinstrumenten	1 247					1 918	

Opbrengsten – De geconsolideerde opbrengsten stegen in 2Q09 met 1,4% tot 9 501 miljoen USD. De stijging van de opbrengsten per hectoliter met 4,3% weerspiegelt doeltreffende programma's inzake opbrengstenbeheer. De geconsolideerde opbrengsten stegen in HY09 met 2,9% tot 17 698 miljoen USD, en met 5,0% per hectoliter.

PERSBERICHT

Brussel, 13 augustus 2009 – 11 / 21



Kostprijs verkochte goederen (KVG) – Onze KVG is in 2Q09 in totaal met 5,6% gedaald, of met 2,4% per hl, vooral dankzij beste praktijken op het gebied van de aankoopactiviteiten en een verbeterde productiviteit van de brouwerijen (VPO). Daarnaast begonnen we in 2Q09 een positief effect te ondervinden van lagere prijzen voor de kosten van basisproducten waarvoor we ons niet kunnen afdekken en gunstige wisselkoersen. De KVG per hl profiteerde van een gunstige geografische mix aangezien Latijns-Amerika Noord, met een lagere KVG per hl dan het groepsgemiddelde, aanzienlijk sneller groeide dan Zones met een hogere KVG. In HY09 daalde de KVG met 3,1% en daalde de KVG per hl lichtjes met 0,2%.

Bedrijfskosten – De totale bedrijfskosten daalden met 3,9% in 2Q09 en met 5,2% in HY09:

- De *distributiekosten* daalden in 2Q09 met 14,6% en in HY09 met 13,5% door de realisatie van synergieën in Noord-Amerika, lagere tarieven in Centraal- en Oost-Europa en lagere brandstof- en transportkosten in de meeste Zones, met uitzondering van Latijns-Amerika Zuid.
- De *verkoop- en marketingkosten* daalden in 2Q09 met 6,4% en in HY09 met 5,0% ten gevolge van een aanzienlijke deflatie van de media- en reclamekosten, gunstige timing van de marketingactiviteiten, evenals van de afwezigheid van een aantal productlanceringen en kosten gerelateerd aan de Olympische Spelen van vorig jaar, wat de hogere verkoop- en marketingkosten in Latijns-Amerika Noord dit jaar gecompenseerd heeft.
- De *administratiekosten* stegen in 2Q09 met 20,0% en in HY09 met 7,9% aangezien de meeste Zones hogere voorzieningen ingebouwd hadden voor variabele compensatie dan in 2008, toen de meeste Zones een lagere variabele compensatie voorzien hadden ten gevolge van de bedrijfsprestatie op dat moment.
- De *overige bedrijfsopbrengsten/kosten* daalden in 2Q09 met 1,4% tot 274 miljoen USD en stegen in HY09 met 0,8% tot 350 miljoen USD.

Winst 2Q09 en HY09 – De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van Anheuser-Busch InBev bedroeg in 2Q09 1 134 miljoen USD vergeleken met 850 miljoen USD in 2Q08 op gerapporteerde basis, en 1 918 miljoen USD in HY09 vergeleken met 1 247 miljoen USD in HY08 op gerapporteerde basis.

- De *netto financiële kosten* bedroegen 1 152 miljoen USD in 2Q09 tegenover 277 miljoen USD in 2Q08, en 1 993 miljoen USD in HY09 tegenover 513 miljoen USD in HY08. De stijging is het gevolg van de rente op de bestaande schuld van Anheuser-Busch en 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.
- Het *aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen* bedroeg 123 miljoen USD in 2Q09, vergeleken met 2 miljoen USD in 2Q08, en 228 miljoen USD in HY09 vergeleken met 3 miljoen USD in HY08 ten gevolge van het resultaat van Grupo Modelo in Mexico.
- De *belastingen* voor 2Q09 bedroegen 478 miljoen USD met een effectief belastingtarief van 28% en 820 miljoen USD met een effectief belastingtarief van 27,9% in HY09. De belastingen werden beïnvloed door de resultaten van AB USA, die belast worden aan een marginaal tarief van 40%, en de hogere gerealiseerde winsten van AmBev Brazilië, die belast werden aan een marginaal belastingtarief van 34%. Voor het volledige jaar verwachten we nog steeds een effectief belastingtarief van 25-27%.
- De *winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen* bedroeg 279 miljoen USD in 2Q09, een stijging ten opzichte van de 268 miljoen USD in 2Q08, en 556 miljoen USD in HY09, iets lager dan de 559 miljoen USD in HY08.

PERSBERICHT

Brussel, 13 augustus 2009 – 12 / 21



KASSTROOM EN AFBOW SCHULDPOSITIE

Tabel 4: Kasstroomoverzicht per 30 juni 2009 (in miljard USD)

Voor de periode van zes maanden eindigend op 30 juni Miljoen USD	HY09	HY08 Gerapporteerd
Operationele activiteiten		
Winst	2 343	1 766
Netto financiële kosten, belastingen en andere niet-kaselementen opgenomen in de winst	4 059	1 748
Bedrijfskasstroom vóór wijziging in bedrijfskapitaal en gebruik van voorzieningen	6 402	3 514
Veranderingen in bedrijfskapitaal	-45	-498
Gebruik van voorzieningen	-279	-206
(Betaalde)/ontvangen interesten en belastingen	-1 011	-981
Netto kasstroom uit operationele activiteiten	5 067	1 829
Investeringsactiviteiten		
Netto investeringsuitgaven	-508	-1 074
Verwerving en verkoop van dochterondernemingen, na aftrek van verworven/afgestane liquide middelen en aankoop van minderheidsbelangen	-533	-928
Ontvangsten uit de verkoop van geassocieerde deelnemingen	901	10
Overige	297	-27
Netto kasstroom uit investeringsactiviteiten	157	-2 019
Financieringsactiviteiten		
Uitgekeerde dividenden	-673	-2 212
Aankoop eigen aandelen	-	-1 080
Netto opnames/(terugbetalingen) van leningen	-942	3 181
Overige	163	-219
Netto kasstroom uit financieringsactiviteiten	-1 452	-330
Netto toename/(afname) van de liquide middelen	3 772	-520

De kasstroom uit operationele activiteiten voor 2009 bedraagt tot op heden 5 067 miljoen USD vergeleken met 1 829 miljoen USD voor de gerapporteerde periode vorig jaar; dit weerspiegelt de sterke EBITDA-resultaten, de door de activiteiten van Anheuser-Busch gegenereerde kasstroom, verbeterde kapitaaldiscipline en verbeteringen van het werkkapitaal. De netto-investeringsuitgaven daalden van 1 074 miljoen USD voor HY08 op gerapporteerde basis tot 508 miljoen USD voor HY09, goed voor een positieve impact van 566 miljoen USD.

AB InBev focust zich op efficiënter gebruik van het kernwerkkapitaal, in het bijzonder handelsvorderingen, voorraden en handelsschulden. In HY09 leidde de verandering in het totale werkkapitaal tot een netto afname van de liquide middelen met 45 miljoen USD; in HY09 omvatte de verandering in werkkapitaal echter afgewikkelde afgeleide instrumenten ten bedrage van 357 miljoen USD. Zonder de afgeleide instrumenten zou de verandering in werkkapitaal geresulteerd hebben in een positieve impact van 312 miljoen USD op de kasstroom. Dit resultaat werd behaald ondanks een aanzienlijke vermindering van de totale aankopen, wat leidde tot lagere uitstaande schulden.

PERSBERICHT

Brussel, 13 augustus 2009 – 13 / 21

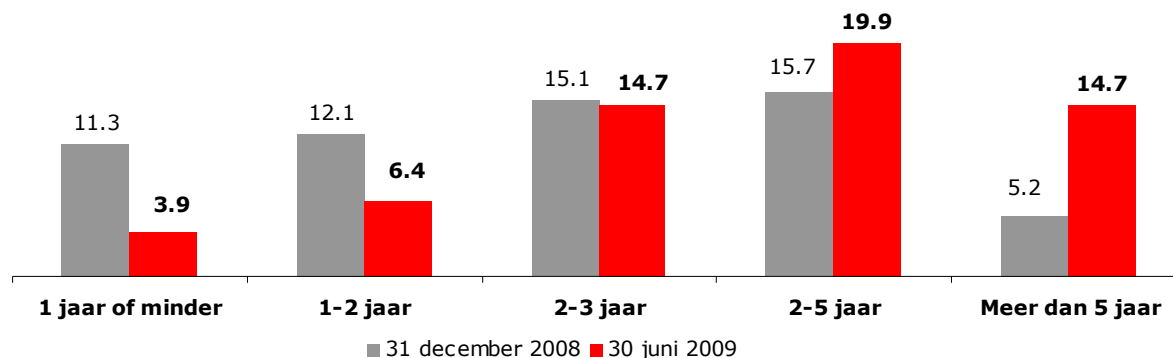


In HY09 zijn de liquide middelen met 3 772 miljoen USD gestegen, en op het einde 2Q09 bedroegen de liquide middelen, inclusief kortetermijnschulden, bij kredietinstellingen 6 189 miljoen USD tegenover 1 161 miljoen USD in HY08. De nettoschuld daalde tot 53 136 miljoen USD tegenover 56 661 miljoen USD op 31 december 2008 aangezien we ons blijven concentreren op de afbouw van onze schuldpositie door het behalen van onze synergie- en kasstroomdoelstellingen en het nastreven van ons doel om 7 miljard USD te realiseren uit de verkoop van activiteiten en activa. Onze liquiditeitspositie, inclusief liquide middelen en vastgelegde kredietfaciliteiten, bedroeg 10,9 miljard USD op 30 juni 2009.

Tijdens de eerste vijf jaar van de integratie van InBev en Anheuser-Busch zullen we onze prestatie evalueren via de nettoschuld/EBITDA ratio, een meting van de EBITDA-groei, margeverbetering en de relevante drijfveren voor kasstroomgeneratie. De nettoschuld/EBITDA ratio daalde van 4,7 op 31 december 2008 tot 4,2 op 30 juni 2009, wat ruimschoots onder onze clausulevereisten ligt en een stap in de goede richting is in de verwezenlijking van onze doelstelling om onder de 2,5 te geraken tegen 2013.

Dit jaar hebben we tot nog toe met succes ruim 13 miljard USD aan obligaties uitgegeven en zijn we dichterbij ons doel inzake de verkoop van activiteiten en activa gekomen. Bijgevolg hebben we ons looptijdprofiel aanzienlijk verbeterd, zoals geïllustreerd in grafiek 1:

Grafiek 1: Termijnen en terugbetalingsschema per 30 juni 2009 (in miljard USD)



PERSBERICHT

Brussel, 13 augustus 2009 – 14 / 21



VOORUITZICHTEN

Vooruitblikkend, gaan we de tweede helft van 2009 in vanuit een sterke uitgangspositie. We concentreren ons op het uitvoeren van ambitieuze doelstellingen en het behalen van positieve resultaten en leggen tegelijkertijd de basis voor toekomstige groei. We verwachten niettemin dat onze interne EBITDA-verbetering ten opzichte van vorig jaar in de tweede helft van 2009 minder sterk zal zijn dan de verbetering die we realiseerden in HY09. Het derde kwartaal ziet er bijzonder uitdagend uit omwille van een moeilijke vergelijkingsbasis inzake volumes en hogere verwachte verkoop- en marketinginvesteringen. Bovendien verwachten we dat de sequentiële vertraging van de vraag die we in de loop van 2Q09 zagen, zich zal verder zetten in 3Q09.

We voorzien dat de Kostprijs Verkochte Goederen per hectoliter over heel 2009 stabiel zal blijven of procentueel een lage eencijferige groei zal kennen, wat een enigszins optimistischer vooruitzicht is dan voorheen verwacht. We verwachten echter dat de synergieën in de tweede helft van het jaar wat minder zullen zijn dan wat we in HY09 gerealiseerd hebben.

Hoewel ons in het tweede halfjaar moeilijker vergelijkingen te wachten staan, blijven onze meest belangrijke fundamenten sterk en verwachten we ten volle dat we onze synergie- en kasstroomdoelstellingen zullen behalen en tegelijkertijd een groei van de belangrijkste merken zullen realiseren via verkoop- en marketingprogramma's die discipline en efficiëntie met innovatie combineren.

We blijven werken om onze engagementen voor 2009 waar te maken:

1. 1 miljard USD aan synergieën vanuit Anheuser-Busch realiseren in 2009, waarvan 610 miljoen USD reeds werd gerealiseerd in HY09.
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 blijven doorvoeren.
5. De investeringsuitgaven met minstens 1 miljard USD verminderen ten opzichte van de gecombineerde basis voor 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, 13 augustus 2009 – 15 / 21



RECENTE GEBEURTENISSEN

Verkoop van activiteiten en activa

Op 24 juli 2009 heeft Anheuser-Busch InBev bekendgemaakt dat de verkoop van de Zuid-Koreaanse activiteiten, Oriental Brewery, aan KKR voor 1,8 miljard USD afgerond is.

Op 1 juli 2009 heeft Anheuser-Busch InBev bekendgemaakt dat ze een definitieve overeenkomst gesloten heeft met Ball Corporation, waarbij Ball vier fabrieken voor metalen blikjes en deksels verwerft van Anheuser-Busch InBev's Amerikaanse dochteronderneming voor metaalverpakking Metal Container Corporation (MCC) voor een totale aankoop prijs van 577 miljoen USD.

De "Hart-Scott-Rodino"-wachterperiode die volgens de concurrentieregeling in de Verenigde Staten vereist is in verband met de eerder aangekondigde verkoop aan Ball Corporation van vier Amerikaanse fabrieken voor blikjes en deksels, is verstrekt zonder enig verzoek voor bijkomende informatie. De partijen verwachten dat de transactie op of omstreeks 30 september 2009 zal afgerond worden.

Level 1 ADR-programma

Op 1 juli 2009 heeft Anheuser-Busch InBev bekendgemaakt dat ze een Level 1 American Depositary Receipt (ADR)-programma opgezet heeft in de Verenigde Staten. Iedere ADR vertegenwoordigt één gewoon aandeel van het gewoon aandelenkapitaal van Anheuser-Busch InBev en is buiten de beurs verhandelbaar onder het tickersymbool "AHBIY". De gewone aandelen van Anheuser-Busch InBev worden nog steeds via Euronext Brussel verhandeld onder het symbool "ABI."

AmBev

Op 22 juli 2009 heeft de Braziliaanse mededingingsautoriteit CADE uitspraak gedaan over de in 2004 door Schincariol ingediende klacht en een boete opgelegd van 352 miljoen BRL (ongeveer 180 miljoen USD). De uitspraak was gebaseerd op een onderzoek door het Secretariaat Economisch Recht van het Ministerie van Justitie ("SDE") naar bepaalde handelspraktijken van AmBev. SDE concludeerde dat één van de onderzochte praktijken als een inbreuk op de mededinging beschouwd zou moeten worden indien geen wijzigingen aangebracht worden, maar suggereerde niet om boetes te heffen en adviseerde om de andere aanklachten te laten vallen. AmBev is van plan om administratief en gerechtelijk beroep aan te tekenen.

Modelo

Op 16 oktober 2008 dienden Grupo Modelo, Diblo S.A. de C.V. en de Grupo Modelo aandeelhouders van Reeks A een arbitrageverzoekschrift in tegen Anheuser-Busch, Anheuser-Busch International Inc. en Anheuser-Busch International Holdings Inc. ("ABIH") overeenkomstig de arbitrageregels van de Commissie van de Verenigde Naties inzake Internationaal Handelsrecht. Het arbitrageverzoekschrift stelt dat de transactie tussen Anheuser-Busch en InBev in strijd is met de bepalingen van de beleggingsovereenkomst van 1993 tussen de entiteiten van Anheuser-Busch, Grupo Modelo, Diblo en de aandeelhouders van Reeks A, die beheerst wordt door het recht van de Verenigde Mexicaanse Staten. Het verzoekschrift vraagt maatregelen na afsluiting, waaronder het verhinderen van de entiteiten van Anheuser-Busch om de uitoefening van bepaalde corporate governance en andere contractuele rechten die hen krachtens de beleggingsovereenkomst van 1993 toegekend zijn

PERSBERICHT

Brussel, 13 augustus 2009 – 16 / 21



uit te oefenen en het toekennen van een schadevergoeding van 2,5 miljard USD aan de eisers. We zijn ervan overtuigd dat de eisen ongegrond zijn, onder andere omdat de beleggingsovereenkomst geen wijziging van controleclausule bevat en er geen verkoop of overdracht plaatsvond van de aandelen van Grupo Modelo en Diblo gehouden door ABIH. De arbitrageprocedure is voorzien voor augustus 2009 en zal plaatsvinden in New York City.

PERSBERICHT

Brussel, 13 augustus 2009 – 17 / 21



Bijlagen

- Bijlage 1: Segmentinformatie tweede kwartaal 2009 (2Q09)
- Bijlage 2: Segmentinformatie halfjaar 2009 (HY09)

Verslag halfjaar 2009

- Het financieel verslag voor HY 2009 is beschikbaar op onze website:
http://www.ab-inbev.com/go/investors/reports_and_publications/annual_and_hy_reports.cfm

Agenda voor 13 augustus 2009

- *Conference call resultaten 2Q09 voor beleggers*
14u00. CET / 13u00 BST / 8u00 EST - voor alle details betreffende de inschrijving, zie
http://www.ab-inbev.com/go/investors/events_calendar/2Q09_results.cfm.

Over Anheuser-Busch InBev

Anheuser-Busch InBev is een beursgenoteerd bedrijf (Euronext: ABI) met hoofdzetel in Leuven, België en heeft een American Depositary Receipt-programma ontwikkeld met betrekking tot haar gewone aandelen (OTC: AHBIIY). 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 werkelijk 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 parels" als Bud Light, Skol, Brahma, Quilmes, Michelob, Harbin, Sedrin, Klinskoye, Sibirskaia Korona, Chernigivske, en Jupiler. Bovendien heeft de onderneming een participatie van 50 procent in de operationele dochteronderneming van 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, 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 zowel gevestigde als opkomende markten en benut de collectieve sterkte van haar 120,000 medewerkers, die wereldwijd tewerk gesteld worden in vestigingen in meer dan 30 landen. Het doel van de onderneming is het Beste Bierbedrijf in een Betere Wereld te worden. Op een gecombineerde basis voor 2008 zou de onderneming 39 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 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

Director Investor Relations

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

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

PERSBERICHT

Brussel, 13 augustus 2009 – 18 / 21



Bijlage 1 - Segmentinformatie 2Q09 (miljoen usd)

AB InBev wereldwijd	2Q08	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	2Q09	Interne groei
Gecombineerd						
Volumes (duizend hls)	106 399	-34	0	-1 141	105 224	-1.1%
Waarvan eigen merkbieren	95 821	-879	0	-1 102	93 839	-1.2%
Opbrengsten	10 452	7	-1 108	149	9 501	1.4%
Kostprijs verkochte goederen	-5 161	69	423	287	-4 383	5.6%
Brutowinst	5 291	76	-685	436	5 118	8.2%
Distributiekosten	-903	-17	111	134	-675	14.6%
Verkoop- en marketingkosten	-1 494	-1	171	96	-1 228	6.4%
Administratieve kosten	-579	18	89	-116	-587	-20.0%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	129	164	-17	-2	274	-1.4%
Genormaliseerde EBIT	2 444	241	-332	548	2 901	22.4%
Genormaliseerde EBITDA	3 178	243	-414	589	3 596	18.5%
Genormaliseerde EBITDA marge	30.4%				37.9%	513 bp

Noord-Amerika	2Q08	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	2Q09	Interne groei
Gecombineerd						
Volumes (duizend hls)	36 872	-734	0	-255	35 882	-0.7%
Opbrengsten	4 115	0	-87	98	4 126	2.4%
Kostprijs verkochte goederen	-2 093	57	21	74	-1 942	3.6%
Brutowinst	2 022	57	-67	172	2 184	8.5%
Distributiekosten	-297	0	13	66	-218	22.3%
Verkoop- en marketingkosten	-488	0	7	70	-411	14.4%
Administratieve kosten	-230	19	5	60	-145	26.3%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	-17	164	0	-55	92	-322.6%
Genormaliseerde EBIT	990	240	-42	314	1 502	31.7%
Genormaliseerde EBITDA	1 224	240	-46	322	1 740	26.3%
Genormaliseerde EBITDA marge	29.8%				42.2%	695 bp

Latijns-Amerika Noord	2Q08	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	2Q09	Interne groei
Gecombineerd						
Volumes (duizend hls)	22 870	-285	0	1 494	24 078	6.6%
Opbrengsten	1 827	-11	-409	148	1 555	8.1%
Kostprijs verkochte goederen	-647	10	120	36	-482	5.6%
Brutowinst	1 180	-1	-289	184	1 073	15.6%
Distributiekosten	-218	3	39	14	-161	6.6%
Verkoop- en marketingkosten	-208	2	63	-88	-231	-42.8%
Administratieve kosten	-111	1	34	-55	-132	-49.7%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	55	0	-14	8	50	14.7%
Genormaliseerde EBIT	698	5	-167	63	600	9.0%
Genormaliseerde EBITDA	810	5	-192	75	698	9.2%
Genormaliseerde EBITDA marge	44.3%				44.9%	47 bp

Latijns-Amerika Zuid	2Q08	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	2Q09	Interne groei
Gecombineerd						
Volumes (duizend hls)	6 610	251	0	-234	6 627	-3.5%
Opbrengsten	353	9	-53	66	376	18.8%
Kostprijs verkochte goederen	-161	-5	23	-15	-158	-9.4%
Brutowinst	192	3	-29	51	218	26.6%
Distributiekosten	-29	-4	6	-9	-36	-29.2%
Verkoop- en marketingkosten	-44	-1	6	1	-38	3.3%
Administratieve kosten	-16	0	3	-7	-21	-45.4%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	-1	0	0	5	4	-
Genormaliseerde EBIT	102	-1	-16	43	127	42.0%
Genormaliseerde EBITDA	134	-1	-22	51	163	38.3%
Genormaliseerde EBITDA marge	38.0%				43.3%	625 bp

PERSBERICHT

Brussel, 13 augustus 2009 – 19 / 21



Bijlage 1 - Segmentinformatie 2Q09 (miljoen usd)

West-Europa	2Q08	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	2Q09	Interne groei
	Gecombineerd					
Volumes (duizend hls)	9 846	179	0	-567	9 458	-5.7%
Waarvan eigen merkbieren	8 630	179	0	-308	8 502	-3.5%
Opbrengsten	1 472	1	-237	-46	1 190	-3.1%
Kostprijs verkochte goederen	-661	0	113	35	-512	5.4%
Brutowinst	811	1	-124	-11	678	-1.3%
Distributiekosten	-173	0	23	30	-120	17.1%
Verkoop- en marketingkosten	-299	-1	37	82	-181	27.3%
Administratieve kosten	-94	0	18	-22	-99	-23.7%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	-63	6	-3	35	-25	60.9%
Genormaliseerde EBIT	182	5	-48	113	252	60.3%
Genormaliseerde EBITDA	312	5	-65	94	346	29.6%
Genormaliseerde EBITDA marge	21.2%				29.0%	727 bp

Centraal- en Oost-Europa	2Q08	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	2Q09	Interne groei
	Gecombineerd					
Volumes (duizend hls)	14 113	0	0	-1 262	12 851	-8.9%
Opbrengsten	1 028	0	-275	21	775	2.1%
Kostprijs verkochte goederen	-495	0	128	24	-343	4.9%
Brutowinst	533	0	-147	46	432	8.6%
Distributiekosten	-120	0	25	24	-71	20.1%
Verkoop- en marketingkosten	-201	0	48	15	-139	7.2%
Administratieve kosten	-34	-1	16	-37	-55	-107.8%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	-53	0	0	17	-36	32.9%
Genormaliseerde EBIT	125	-1	-59	65	131	52.3%
Genormaliseerde EBITDA	215	-1	-87	84	211	39.0%
Genormaliseerde EBITDA marge	20.9%				27.3%	755 bp

Azië	2Q08	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	2Q09	Interne groei
	Gecombineerd					
Volumes (duizend hls)	15 313	0	0	-261	15 053	-1.7%
Opbrengsten	604	4	-34	19	591	3.1%
Kostprijs verkochte goederen	-322	15	10	-2	-298	-0.7%
Brutowinst	282	19	-24	16	293	5.5%
Distributiekosten	-28	-17	3	0	-42	-0.7%
Verkoop- en marketingkosten	-160	-1	6	11	-144	6.7%
Administratieve kosten	-29	-2	1	-12	-41	-39.9%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	0	0	1	2	3	-
Genormaliseerde EBIT	64	0	-13	17	69	26.2%
Genormaliseerde EBITDA	116	0	-12	17	122	15.1%
Genormaliseerde EBITDA marge	19.2%				20.6%	223 bp

Holdingmaatschappijen en globale export	2Q08	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	2Q09	Interne groei
	Gecombineerd					
Volumes (duizend hls)	773	555	0	-55	1 274	-4.1%
Opbrengsten	1 053	4	-12	-157	888	-15.0%
Kostprijs verkochte goederen	-782	-7	7	134	-649	17.1%
Brutowinst	271	-3	-5	-23	239	-8.6%
Distributiekosten	-37	0	2	9	-27	22.9%
Verkoop- en marketingkosten	-94	0	4	5	-85	5.7%
Administratieve kosten	-66	2	12	-43	-95	-66.9%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	207	-6	0	-15	187	-7.3%
Genormaliseerde EBIT	281	-7	12	-67	220	-24.1%
Genormaliseerde EBITDA	367	-5	10	-54	317	-14.9%

PERSBERICHT

Brussel, 13 augustus 2009 – 20 / 21



Bijlage 2 - Segmentinformatie HY09 (miljoen usd)

AB InBev wereldwijd	HY08 Gecombineerd	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	HY09	Interne groei
Volumes (duizend hls)	200 922	-351	0	-296	200 274	-0.1%
Waarvan eigen merkbieren	178 634	-1 169	0	-666	176 799	-0.4%
Opbrengsten	19 302	-5	-2 167	568	17 698	2.9%
Kostprijs verkochte goederen	-9 623	94	843	295	-8 390	3.1%
Brutowinst	9 679	89	-1 324	863	9 308	8.9%
Distributiekosten	-1 713	-30	233	235	-1 276	13.5%
Verkoop- en marketingkosten	-2 726	2	318	136	-2 271	5.0%
Administratieve kosten	-1 177	15	164	-93	-1 090	-7.9%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	219	164	-35	2	350	0.8%
Genormaliseerde EBIT	4 282	241	-644	1 143	5 021	26.7%
Genormaliseerde EBITDA	5 709	243	-813	1 244	6 383	21.8%
Genormaliseerde EBITDA marge	29.6%				36.1%	541 bp

Noord-Amerika	HY08 Gecombineerd	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	HY09	Interne groei
Volumes (duizend hls)	70 521	-1 457	0	-218	68 846	-0.3%
Opbrengsten	7 742	0	-173	302	7 871	3.9%
Kostprijs verkochte goederen	-3 911	57	46	24	-3 785	0.6%
Brutowinst	3 831	57	-127	326	4 086	8.5%
Distributiekosten	-571	0	33	140	-398	24.6%
Verkoop- en marketingkosten	-918	0	17	109	-793	11.9%
Administratieve kosten	-461	19	10	134	-297	29.1%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	-33	164	0	-58	73	-177.3%
Genormaliseerde EBIT	1 849	240	-68	651	2 672	35.2%
Genormaliseerde EBITDA	2 309	240	-77	666	3 137	28.8%
Genormaliseerde EBITDA marge	29.8%				39.9%	715 bp

Latijns-Amerika Noord	HY08 Gecombineerd	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	HY09	Interne groei
Volumes (duizend hls)	47 244	-602	0	3 318	49 960	7.1%
Opbrengsten	3 731	-23	-941	344	3 111	9.3%
Kostprijs verkochte goederen	-1 301	17	285	14	-986	1.1%
Brutowinst	2 430	-6	-656	358	2 126	14.8%
Distributiekosten	-437	6	90	19	-323	4.3%
Verkoop- en marketingkosten	-415	5	121	-125	-414	-30.5%
Administratieve kosten	-223	0	67	-76	-232	-34.2%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	101	0	-28	17	90	16.6%
Genormaliseerde EBIT	1 456	5	-407	193	1 247	13.2%
Genormaliseerde EBITDA	1 672	5	-462	225	1 440	13.4%
Genormaliseerde EBITDA marge	44.8%				46.3%	173 bp

Latijns-Amerika Zuid	HY08 Gecombineerd	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	HY09	Interne groei
Volumes (duizend hls)	15 789	251	0	-198	15 841	-1.3%
Opbrengsten	812	9	-101	163	883	20.1%
Kostprijs verkochte goederen	-344	-5	44	-45	-351	-13.1%
Brutowinst	468	3	-57	118	532	25.2%
Distributiekosten	-65	-4	11	-19	-78	-29.5%
Verkoop- en marketingkosten	-91	-1	11	5	-77	5.1%
Administratieve kosten	-28	0	4	-9	-34	-30.5%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	5	0	0	-8	-2	-149.3%
Genormaliseerde EBIT	288	-1	-33	88	342	30.4%
Genormaliseerde EBITDA	351	-1	-42	104	412	29.5%
Genormaliseerde EBITDA marge	43.2%				46.6%	340 bp

PERSBERICHT

Brussel, 13 augustus 2009 – 21 / 21



Bijlage 2 - Segmentinformatie HY09 (miljoen usd)

West-Europa	HY08	Scope	Wisselkoers-	Interne	HY09	Interne
	Gecombineerd		effect	groei		groei
Volumes (duizend hls)	17 355	307	0	-1 204	16 458	-6.8%
Waarvan eigen merkbieren	14 880	307	0	-530	14 657	-3.5%
Opbrengsten	2 548	1	-419	-81	2 049	-3.2%
Kostprijs verkochte goederen	-1 210	0	212	76	-922	6.3%
Brutowinst	1 338	1	-207	-6	1 127	-0.4%
Distributiekosten	-323	0	46	49	-228	15.2%
Verkoop- en marketingkosten	-543	-2	74	92	-379	16.8%
Administratieve kosten	-189	-1	33	-27	-182	-14.0%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	-100	9	-6	45	-52	49.2%
Genormaliseerde EBIT	183	8	-60	153	285	80.3%
Genormaliseerde EBITDA	433	8	-94	123	469	27.8%
Genormaliseerde EBITDA marge	17.0%				22.9%	554 bp

Centraal- en Oost-Europa	HY08	Scope	Wisselkoers-	Interne	HY09	Interne
	Gecombineerd		effect	groei		groei
Volumes (duizend hls)	22 422	0	0	-1 685	20 736	-7.5%
Opbrengsten	1 576	0	-436	82	1 222	5.2%
Kostprijs verkochte goederen	-799	0	219	-4	-584	-0.5%
Brutowinst	777	0	-217	78	638	10.0%
Distributiekosten	-203	0	44	38	-122	18.6%
Verkoop- en marketingkosten	-328	0	77	26	-226	7.8%
Administratieve kosten	-79	-1	26	-33	-88	-41.2%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	-77	0	-1	15	-62	19.8%
Genormaliseerde EBIT	89	-1	-72	123	140	139.9%
Genormaliseerde EBITDA	255	-1	-126	163	291	64.0%
Genormaliseerde EBITDA marge	16.2%				23.8%	902 bp

Azië	HY08	Scope	Wisselkoers-	Interne	HY09	Interne
	Gecombineerd		effect	groei		groei
Volumes (duizend hls)	26 219	0	0	-266	25 953	-1.0%
Opbrengsten	1 090	6	-75	53	1 074	4.8%
Kostprijs verkochte goederen	-588	32	24	-40	-571	-7.3%
Brutowinst	503	38	-50	13	503	2.3%
Distributiekosten	-50	-32	7	-2	-76	-2.2%
Verkoop- en marketingkosten	-288	-1	12	22	-256	7.5%
Administratieve kosten	-55	-6	3	-20	-77	-33.4%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	-2	0	1	7	7	-
Genormaliseerde EBIT	108	0	-27	20	100	18.2%
Genormaliseerde EBITDA	209	0	-28	25	205	11.9%
Genormaliseerde EBITDA marge	19.2%				19.1%	128 bp

Holdingmaatschappijen en globale export	HY08	Scope	Wisselkoers-	Interne	HY09	Interne
	Gecombineerd		effect	groei		groei
Volumes (duizend hls)	1 374	1 151	0	-43	2 481	-1.7%
Opbrengsten	1 803	2	-23	-295	1 487	-16.4%
Kostprijs verkochte goederen	-1 470	-6	13	272	-1 191	18.5%
Brutowinst	333	-4	-9	-24	296	-7.1%
Distributiekosten	-64	0	3	10	-51	15.7%
Verkoop- en marketingkosten	-142	1	7	9	-126	6.2%
Administratieve kosten	-143	4	22	-63	-180	-45.0%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	324	-9	-1	-17	297	-5.3%
Genormaliseerde EBIT	308	-9	21	-84	236	-27.9%
Genormaliseerde EBITDA	480	-7	16	-60	429	-12.8%