COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 12 novembre 2009 – 1 / 23

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

Anheuser-Busch InBev présente ses résultats du troisième trimestre et des neuf premiers mois de l'année 2009

Sauf indication contraire, les analyses ci-dessous sont basées sur des chiffres internes et se rapportent au 3T09 sur la base d'une comparaison avec le 3T08 ainsi qu'au 9M08 sur la base d'une comparaison avec le 9M08. Afin de faciliter la compréhension de la performance sous-jacente d'Anheuser-Busch InBev, les commentaires contenus dans le présent communiqué de presse, sauf indication contraire, sont basés sur des chiffres internes et normalisés. Vu la nature évolutive de l'opération réalisée avec Anheuser-Busch, nous présentons dans le présent communiqué de presse les volumes et résultats consolidés pour le 3T08 jusqu'à l'EBIT normalisé sur une base combinée (en incluant les chiffres d'Anheuser-Busch, afin de donner un juste aperçu des résultats internes sous-jacents de notre société). Toutes les références données par hectolitre (par hl) ne comprennent pas les activités américaines de divertissement et d'emballage.

FAITS MARQUANTS

- **Performance des volumes :** Les volumes totaux au 3T09 ont enregistré une baisse de 3,2 %, avec une diminution de 3,1 % des volumes de nos propres bières. Les volumes des boissons non alcoolisées ont chuté de 2,3 % au 3T09. Au 9M09, les volumes totaux ont diminué de 1,2 %, avec les volumes de nos propres bières en baisse de 1,4 % et les volumes des boissons non alcoolisées en hausse de 2,5 %.
- **Marques prioritaires :** Les volumes de nos marques prioritaires au 3T09 ont augmenté de 0,4 % grâce principalement aux marques Antarctica, Brahma et Skol au Brésil, Harbin et Budweiser en Chine et Stella Artois au Royaume-Uni. Au 9M09, nos marques prioritaires ont affiché une hausse de 1,6 %.
- **Hausses de part de marché :** Au cours des 9M09, nous avons augmenté notre part de marché sur 5 de nos marchés clés : Argentine, Belgique, Brésil, Royaume-Uni et États-Unis et nous avons maintenu notre part de marché en Ukraine.
- **Croissance des produits :** Nos produits ont chuté de 0,4 % au 3T09 et ont augmenté de 1,8 % au 9M09, alors que les produits par hl étaient en hausse de 3,9 % au 3T09 et de 4,6 % au 9M09 grâce à une gestion des produits efficace continue comprenant des augmentations de prix ciblés.
- **Coûts des ventes (CdV) :** Les CdV au 3T09 ont diminué de 6,4 % d'une manière générale et de 2,8 % par hl étant donné que nous avons bénéficié des synergies réalisées, d'activités d'achat plus efficaces et d'une baisse des coûts des produits de base non couvrables. Au 9M09, les CdV ont enregistré une baisse de 4,2 % et les CdV par hl, une baisse de 1,1 %.

- **Charges d'exploitation :** Les dépenses combinées pour la distribution, la vente et le marketing, les frais administratifs et les autres postes d'exploitation ont diminué de 3,7 % au 3T09 et de 4,7 % au 9M09 sous l'impulsion d'une gestion des coûts fixes continue dans toutes les Zones et de programmes de synergie aux Etats-Unis, menant à une plus grande efficacité.
- **EBITDA :** L'EBITDA au 3T09 a enregistré une croissance de 11,9 % pour atteindre 3 549 millions d'USD, avec une marge EBITDA de 36,4 %, par rapport à 32,6 % au 3T08, soit une hausse de 394 points de base en interne. L'EBITDA au 9M09 a augmenté de 18,0 % pour atteindre 9 932 millions d'USD, avec une marge de 36,2 %, soit un progrès interne de 487 points de base. Au cours des neuf premiers mois, toutes les Zones d'exploitation ont affiché un accroissement interne de la marge EBITDA.
- **Bénéfice :** Au 3T09, le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs de capitaux propres d'AB InBev s'élevait à 1 132 millions d'USD, par rapport à 837 millions d'USD au 3T08 sur une base rapportée. Au 9M09, le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs de capitaux propres d'AB InBev s'élevait à 3 050 millions d'USD, par rapport à 2 084 millions d'USD au 9M08 sur une base rapportée.
- **Eléments non-récurrents** Le BPA normalisé au 3T09 de 0,72 USD par action ne comprend pas les gains nets non-récurrents de 414 millions d'USD, reflétant principalement un gain de 436 millions d'USD à la cession d'actifs en Corée du Sud.
- **Cessions :** Nous avons dépassé notre objectif avec des cessions pour approximativement 9,4 milliards d'USD, dont approximativement 7,4 milliards d'USD seront reçus en espèce à la clôture des transactions. Ces montants comprennent la vente de Busch Entertainment Corporation au Blackstone Group, annoncée le 7 octobre, et la vente des activités en Europe centrale à CVC Capital Partners, annoncée le 15 octobre. Nous prévoyons la clôture de ces deux transactions avant la fin du premier semestre 2010.
- **Réduction de l'encours de la dette :** Le solde restant de la Ligne de crédit "A" de 12 milliards d'USD a été intégralement remboursé au mois d'octobre 2009, soit un an avant l'échéance.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Tableau 1 - Résultats consolidés (millions d'usd)

	3T09	3T08 Rapporté	3T08 Combiné	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hls)	106 609	71 832	112 257	-3.2%
Volumes des bières	96 478	61 579	101 991	-3.3%
Dont volumes de nos bières	94 969	60 395	100 722	-3.1%
Volumes des non bières	10 131	10 254	10 266	-2.3%
Produits	9 763	6 061	10 893	-0.4%
Marge brute	5 259	3 502	5 599	5.2%
EBITDA normalisé	3 549	2 138	3 553	11.9%
EBIT normalisé	2 842	1 671	2 789	14.3%
Bénéfice (normalisé) attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 132	837		
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 546	690		
Bénéfice normalisé par action (usd)	0.72	0.87		
Bénéfice par action (usd)	0.98	0.72		
Marges				
Marge brute	53.9%	57.8%	51.4%	285 bp
Marge EBITDA normalisée	36.4%	35.3%	32.6%	394 bp
Marge EBIT normalisée	29.1%	27.6%	25.6%	368 bp
	9M09	**9M08 Rapporté**	**9M08 Combiné**	**Croissance interne**
Volumes totaux (milliers d'hls)	306 884	199 295	313 179	-1.2%
Volumes des bières	276 201	169 401	283 236	-1.6%
Dont volumes de nos bières	271 768	165 766	279 355	-1.4%
Volumes des non bières	30 682	29 894	29 943	2.5%
Produits	27 461	16 624	30 195	1.8%
Marge brute	14 567	9 600	15 279	7.6%
EBITDA normalisé	9 932	5 535	9 262	18.0%
EBIT normalisé	7 864	4 233	7 071	21.9%
Bénéfice (normalisé) attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	3 050	2 084		
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	3 334	1 898		
Bénéfice normalisé par action (usd)	1.93	2.18		
Bénéfice par action (usd)	2.11	1.98		
Marges				
Marge brute	53.0%	57.7%	50.6%	288 bp
Marge EBITDA normalisée	36.2%	33.3%	30.7%	487 bp
Marge EBIT normalisée	28.6%	25.5%	23.4%	459 bp

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Les chiffres du 3T09, du 3T08, du 9M09 et du 9M08 d'Anheuser Busch InBev sont basés sur les états financiers consolidés intermédiaires non-audités, préparés conformément aux normes IFRS. Sauf indication contraire, les montants sont exprimés en millions d'USD. Les chiffres correspondant aux périodes de trois mois et de neuf mois se terminent les 30 septembre 2009 et 2008. Selon la direction, les chiffres rapportés comprennent tous les ajustements récurrents normaux qui sont nécessaires pour présenter de manière juste les résultats correspondant aux périodes intermédiaires. En raison de variations saisonnières et d'autres facteurs, les résultats des activités pour les périodes de trois mois et de neuf mois se terminant le 30 septembre 2009 ne sont pas forcément représentatifs des résultats attendus pour l'exercice.

Vu la nature évolutive de l'opération réalisée avec Anheuser-Busch, nous présentons les volumes et résultats consolidés pour 2008 jusqu'à l'EBIT normalisé sur une base combinée, c.-à-d. en incluant les chiffres d'Anheuser-Busch sur une base comparative, de sorte que ces chiffres soient inclus dans le calcul de la croissance interne. Afin de faciliter la compréhension de la performance sous-jacente d'Anheuser-Busch InBev, les analyses relatives à la croissance, y compris tous les commentaires contenus dans le présent communiqué de presse, sauf indication contraire, sont basées sur des chiffres internes. En d'autres termes, les chiffres sont analysés de manière à éliminer l'impact des écarts de conversion des activités à l'étranger et des changements dans le périmètre. Les changements dans le périmètre représentent l'impact des acquisitions et cessions, le lancement ou l'arrêt d'activités ou le transfert d'activités entre secteurs.

Chaque fois qu'il est cité dans le présent document, le terme "normalisé" renvoie aux mesures de la performance (EBITDA, EBIT, bénéfice, bénéfice par action) avant éléments non-récurrents. Les éléments non-récurrents sont des produits ou des charges qui surviennent de manière irrégulière et ne font pas partie des activités normales de l'entreprise. Ils sont présentés séparément en raison de leur importance pour comprendre la performance sous-jacente durable de l'entreprise due à leur taille ou nature. Les indicateurs normalisés sont des indicateurs additionnels utilisés par la direction et ne peuvent pas remplacer les indicateurs conformes aux normes IFRS comme indicateurs de la performance de l'entreprise, mais doivent plutôt être utilisés conjointement avec les indicateurs IFRS les plus directement comparables. Un rapprochement entre ces indicateurs et les indicateurs IFRS les plus directement comparables est présenté dans le tableau 5 du présent communiqué de presse.

Les valeurs indiquées dans les tableaux et les annexes peuvent ne pas concorder à cause d'arrondis. Le BPA du 3T09 et du 9M09 est basé sur la moyenne pondérée de 1 583 millions d'actions, en comparaison avec 956 millions d'actions au 3T08 et au 9M08, adapté conformément à la méthode Euronext Liffe.

COMMENTAIRES DE LA DIRECTION

Commentaire de Carlos Brito, CEO (Directeur Général) : *« Nous avons réalisé une croissance à deux chiffres de l'EBITDA dans un contexte d'exploitation difficile et des progrès importants dans tous nos engagements, tout en augmentant notre investissement dans le domaine commercial et de marketing.*

L'intégration d'Anheuser-Busch continue à se poursuivre avec de l'avance sur nos attentes. Au troisième trimestre 2009, nous avons réalisé des synergies d'une valeur de 265 millions d'USD, ramenant ainsi notre total pour les neuf premiers mois à 875 millions d'USD. Simultanément, nous lançons actuellement deux nouveaux produits aux États-Unis : Bud Light Golden Wheat et Select 55.

Anheuser-Busch InBev entame le quatrième trimestre en étant bien plus solide qu'elle ne l'était au début de l'année, avec un bilan renforcé. La vente de Busch Entertainment et de nos activités en Europe centrale a augmenté le montant total de nos cessions bien au-delà de notre engagement de 7 milliards d'USD, à environ 9,4 milliards d'USD, dont

approximativement 7,4 milliards d'USD seront reçu en espèce à la clôture des transactions. Le désendettement reste une priorité et nous continuerons de réaliser nos objectifs en matière de synergies et de flux de trésorerie, tout en évaluant de manière ciblée les actifs non-stratégiques au cours de l'exercice normal de nos activités.

En résumé, notre programme de cessions officiel étant achevé, nous pouvons dès lors concentrer tous nos efforts sur la croissance de nos activités clés, notamment en concrétisant des synergies de produits et de ventes qui ne sont pas comprises dans notre engagement à réaliser 2,25 milliards d'USD de synergie. »

Felipe Dutra, CFO, a ajouté : *« Les résultats du troisième trimestre ont été, dans l'ensemble, à la hauteur de nos attentes : les volumes consolidés ont chuté de 3,2 % par rapport à la période comparable la plus difficile de l'année. Toutefois, nous avons augmenté ou maintenu notre part de marché sur six de nos marchés clés et nos marques prioritaires ont progressé de 0,4 % au troisième trimestre et de 1,6 % au cours des neuf premiers mois.*

L'EBITDA a augmenté de 11,9 % au troisième trimestre, avec des hausses de marge dans cinq de nos six Zones d'exploitation. A ce jour, toutes les Zones d'exploitation ont enregistré une hausse de la marge EBITDA. Les Coûts des Ventes par hectolitre ont dépassé nos attentes, grâce principalement aux programmes d'efficacité globaux et à une légère baisse des coûts de matières premières.

Au terme du trimestre, nous annoncions la vente de Busch Entertainment pour un montant pouvant atteindre jusqu'à 2,7 milliards d'USD, ce y inclus un paiement futur conditionnel pour un montant pouvant s'élever jusqu'à 400 million d'USD, ainsi que la vente de nos activités en Europe centrale pour une valeur d'entreprise de 2,2 milliards d'USD et d'un paiement futur conditionnel pouvant atteindre 800 millions d'USD. Nous prévoyons de clôturer ces deux opérations avant la fin du premier semestre 2010. Outre ces cessions, nous avons accédé au marché de la dette au 3T09 avec une offre de 2 milliards de BRL (1,05 milliards d'USD), et de nouveau le 13 octobre, lorsque nous avons obtenu 5,5 milliards d'USD. Nous avons remboursé la Ligne de crédit "A" de 12 milliards d'USD un an avant l'échéance fixée au mois de novembre 2010. Notre priorité est désormais de rembourser les 8,9 milliards restants de notre Ligne de crédit "C" d'un montant de 13 milliards d'USD dont l'échéance est en novembre 2011.

Afin de faciliter l'acquisition d'actions Anheuser-Busch InBev sur les marchés financiers aux USA, et afin de refléter la présence mondiale de l'entreprise, notre programme ADR a commencé à être négocié à la Bourse de New York (NYSE) sous le symbole "BUD" le 16 septembre dernier. Les actions ordinaires d'Anheuser-Busch InBev continuent d'être négociées sur Euronext Bruxelles, place de cotation principale de la société, sous le symbole "ABI."

Dans le futur, nous nous attendons à une amélioration de la base de comparaison au niveau des volumes au quatrième trimestre, mais nous prévoyons des hausses d'EBITDA par rapport

à l'année précédente comparables au niveau du troisième trimestre en raison de l'augmentation par rapport à l'année précédente des investissements en matière de vente et de marketing et des frais administratifs. Rappelons qu'au 4T08, nous avons annulé les provisions destinées à la compensation variable, ce qui rend la comparaison particulièrement difficile. »

MARQUES PRIORITAIRES

Bien que nous possédions près de 300 marques, nous investissons la plupart de nos ressources de marketing dans nos marques prioritaires, c'est à dire celles qui ont selon nous le plus grand potentiel de croissance au sein de leurs segments de consommateurs cibles. Le 3T09 a vu des hausses de volume de nos marques prioritaires de 0,4 %, ce qui est supérieur aux volumes de nos propres bières, et ce qui prouve bien la force du portefeuille principal. Au cours du 9M09, nos marques prioritaires ont affiché une croissance de 1,6 %, ce qui est mieux que notre performance en termes de volumes de nos propres bières.

Faits marquants concernant les marques prioritaires au 3T09 :

- Antarctica, Brahma et Skol ont chacune enregistré une croissance des volumes à deux chiffres, grâce notamment au lancement de l'extension de gamme Antarctica Sub-Zero et à des innovations en matière d'emballage, comme la bouteille d'un litre et la canette de 269 ml. Les trois marques prioritaires ont toutes continué à afficher des signes de bonne santé et ont contribué à l'accroissement de la part de marché.
- En Chine, Budweiser et Harbin ont poursuivi leur expansion nationale avec une solide croissance de respectivement 12,1 % et 5,7 %. La totalité des investissements supplémentaires destinés à soutenir les marques Budweiser et Harbin, notamment le Concours national de Karaoké Budweiser, a été financée grâce à des économies faites au premier semestre 2009 sur les moyens financiers non productifs, suivant notre modèle « Coût-Connexion-Réussite ».
- Au Royaume-Uni, nos trois marques phares mondiales, à savoir Stella Artois, Beck's et Budweiser, ont toutes enregistré une croissance à deux chiffres malgré un contexte défavorable. L'innovation a joué un rôle clé dans la croissance continue de Stella 4% et Beck's Vier.
- Nos équipes marketing des États-Unis ont préparé le lancement des produits Bud Light Golden Wheat et Select 55, tout en maintenant l'élan de croissance de Bud Light Lime et en stimulant l'intérêt pour Michelob Ultra.
- Au Canada, la gamme Bud Light a affiché une croissance de 6,8 % étant donné que Bud Light Lime a maintenu son élan fort consécutif au lancement du conditionnement en canette et le développement des marques principales au travers de plateformes de médias sociaux.

PERFORMANCES OPERATIONNELLES

Tableau 2 - Volumes (milliers d'hls)

	3T08 Combiné	Scope	Croissance interne	3T09	Croissance interne
Amérique du Nord	38 085	-756	-1 737	35 593	-4.7%
Amérique latine Nord	23 777	-6	2 032	25 803	8.5%
Amérique latine Sud	7 345	275	-411	7 208	-5.6%
Europe de l'Ouest	9 179	155	-305	9 029	-3.3%
Europe centrale et de l'Est	14 300	0	-2 402	11 898	-16.8%
Asie-Pacifique	18 808	-2 203	-537	16 068	-3.2%
Sociétés Holding et exportations globales	763	368	-120	1 011	-10.6%
AB InBev au niveau mondial	**112 257**	**-2 167**	**-3 481**	**106 609**	**-3.2%**
	9M08 Combiné	**Scope**	**Croissance interne**	**9M09**	**Croissance interne**
Amérique du Nord	108 606	-2 213	-1 954	104 438	-1.8%
Amérique latine Nord	71 021	-608	5 350	75 763	7.6%
Amérique latine Sud	23 133	525	-609	23 049	-2.6%
Europe de l'Ouest	26 534	462	-1 509	25 487	-5.6%
Europe centrale et de l'Est	36 722	0	-4 088	32 634	-11.1%
Asie-Pacifique	45 027	-2 203	-803	42 021	-1.9%
Sociétés Holding et exportations globales	2 137	1 518	-163	3 492	-4.5%
AB InBev au niveau mondial	**313 179**	**-2 519**	**-3 777**	**306 884**	**-1.2%**

Amérique du Nord

Les volumes totaux de la Zone Amérique du Nord ont enregistré une baisse de 4,7 % au 3T09 et ont diminué de 1,8 % au 9M09.

Les volumes des livraisons aux **États-Unis** ont diminué de 5,1 % au 3T09. Nous avons fait face à des comparaisons difficiles suite à la forte croissance des volumes d'Anheuser-Busch, à savoir de 2,3 %, l'année dernière à la même période. Les **ventes aux détaillants (VAD)** de bière locale américaine corrigées pour les jours de vente effectifs ont diminué de 2,8 % au 3T09, et de 0,6 % au 9M09, principalement à cause de comparaisons difficiles : au 3T08, les VAD d'Anheuser-Busch ont augmenté de 3,6 % grâce au succès du lancement de Bud Light Lime et au timing des opérations de tarification. Malgré ces comparaisons difficiles, nous avons réalisé des gains de part de marché au 9M09.

La différence entre les volumes des livraisons et les ventes aux détaillants (VAD) résulte de nos efforts d'optimisation des coûts de production – à travers une utilisation équilibrée des brasseries – et de réduction de coûts de transports pour des livraisons atypiques. En outre, une industrie moins favorable en été à mené à des inventaires plus importants chez les distributeurs.

Au **Canada**, les volumes de bière propres ont chuté de 0,7 % au 3T09 dans un contexte sectoriel faible et ont augmenté de 0,1 % au 9M09. La famille Bud Light a affiché une croissance de 6,8 % durant le trimestre grâce au maintien de l'élan de Bud Light Lime, qui existe désormais en canettes.

La marge brute de la Zone a augmenté de 4,7 % au 3T09 grâce à une croissance des produits de 2,6 % par hectolitre et à une baisse des CdV de 8,8 %, soit 4,1 % par hectolitre. Les produits par hl reflètent l'amélioration continue des prix découlant des hausses constatées en 2008 aux États-Unis et du succès soutenu de la marque de prix supérieur Bud Light Lime, légèrement atténués par le passage généralisé à un autre portefeuille, en faveur des marques Busch et Natural. Notre programme de synergie, aidé par la baisse des coûts de matières premières et d'emballage, a favorisé la réduction des CdV. Les charges d'exploitation au 3T et au 9M ont chuté grâce aux économies engendrées par le Zero Based Budgeting (ZBB) et la baisse des coûts de transport et de carburant. La déflation des médias ainsi que les économies de moyens financiers non productifs pour la vente et le marketing nous ont permis d'« acheter plus pour moins cher », en particulier pour les campagnes visant à soutenir les innovations de nouveaux produits.

La réalisation de synergies et la discipline opérationnelle ont permis d'accroître l'EBITDA en interne de 15,8 % au 3T09. La marge EBITDA a progressé de 30,2 % au 3T08, sur une base combinée, à 35,9 % au 3T09. L'EBITDA au 9M09 s'élevait à 4 603 millions d'USD, soit une croissance en interne de 24,2 %. La marge EBITDA est passée de 30,0 % sur une base combinée à 38,5 % au 9M09.

Amérique latine Nord

L'Amérique latine Nord (ALN) a affiché une forte croissance des volumes de 8,5 % au 3T09, les volumes de bière enregistrant une hausse de 11,3 % et les volumes des boissons non alcoolisées, une hausse de 1,9 %. Au 9M09, les volumes de la Zone ont augmenté de 7,6 %, les volumes de bière affichant une croissance de 7,9 % et les boissons non alcoolisées, une croissance de 6,8 %.

Au **Brésil**, la croissance des volumes de bière de 12,3 % est le résultat d'une solide performance industrielle associée à des hausses de part de marché favorisées par des innovations en matière de produits et d'emballage, notamment Antarctica Sub-Zero, la bouteille d'un litre et la canette de 269 ml. Le secteur a aussi continué de tirer profit de la hausse des revenus disponibles des consommateurs pour le troisième trimestre consécutif. Au cours du 3T09, nous avons augmenté notre part de marché de 218 points de base, atteignant ainsi 69,4 % selon l'institut Nielsen, principalement grâce à la performance de nos innovations. Les volumes des boissons non alcoolisées ont augmenté de 2,2 % en plus d'une très solide performance enregistrée au 3T08, lorsque les volumes ont augmenté de 14,8 %.

Les produits par hl pour ALN ont enregistré une hausse de 2,9 % vu que l'augmentation de nos prix a été partiellement atténuée par le mix d'emballages et les hausses fiscales supérieures à l'inflation. Les CdV par hl sont restés pratiquement stables par rapport à

l'année dernière car la hausse des coûts sur certains marchés a été compensée par des couvertures de change et de matières premières favorables, par une baisse des prix du maïs et par une augmentation de l'efficacité de nos activités.

L'EBITDA de l'Amérique latine Nord a augmenté de 10,4 %, pour atteindre 831 millions d'USD, en s'appuyant sur une forte croissance des volumes et une bonne gestion des coûts fixes, ce qui a permis d'obtenir une marge EBITDA de 45,2 % au 3T09. L'EBITDA au 9M09 s'élevait à 2 271 millions d'USD, soit une hausse de 12,3 %, avec un accroissement de la marge de 45,1 % au 9M08 à 45,9 % cette année.

Amérique latine Sud

L'Amérique latine Sud (ALS) a affiché de bonnes performances opérationnelles malgré un contexte macroéconomique difficile. Nous avons compensé en partie l'impact du ralentissement du secteur en augmentant notre part de marché dans la région grâce à de nouvelles initiatives de marketing et à davantage d'innovations. Nos volumes totaux ont chuté de 5,6 % au 3T09, avec les volumes de bière en baisse de 2,0 % et les volumes de non bière en baisse de 10,7 %.

En **Argentine**, les volumes de bière ont augmenté de 0,4 % au 3T09 et de 1,6 % au 9M09, malgré des comparaisons difficiles en matière de volumes de respectivement 15,7 % et 12,8 % l'année dernière à la même période. Nous avons augmenté notre part de marché au 9M09, malgré le ralentissement continu du secteur. Stella Artois a enregistré une hausse de 20,3 % au 3T09 et de 21,3 % par rapport à l'année précédente et continue de renforcer sa position en tant que marque internationale leader du pays.

L'EBITDA de la Zone a augmenté de 26,6 % pour atteindre 171 millions d'USD, ce qui résulte principalement d'une hausse des produits, partiellement atténuée par une augmentation des frais commerciaux et de marketing pour les campagnes commerciales et par une hausse des frais de distribution reflétant une hausse continue des coûts de main d'œuvre et de transport. La marge EBITDA a atteint 40,9 %, soit une hausse de 409 points de base. L'EBITDA au 9M09 a atteint 583 millions d'USD, soit une augmentation de 28,6 %, accompagnée d'un accroissement de la marge EBITDA de 41,1 % à 44,8 % au 9M09.

Europe de l'Ouest

Les volumes de nos propres bières ont chuté au 3T09 de 1,2 %, alors que nos volumes totaux comprenant les volumes des sous-traitants ont affiché une baisse de 3,3 %, ce qui reflète notre stratégie visant à se concentrer sur nos propres bières. Au 9M09, les volumes de nos propres bières ont diminué de 2,7 %, avec une baisse de 5,6 % des volumes totaux de la Zone.

En **Allemagne**, les volumes de nos propres bières ont chuté de 7,1 % au 3T09 et de 5,8 % au 9M09, à cause principalement d'un secteur qui se détériore progressivement. En **Belgique**, les volumes de nos propres bières ont diminué de 3,7 % au 3T09. Au 9M09, nos volumes de bière ont perdu 1,7 %. A ce jour, nous avons augmenté notre part de marché, en

faisant légèrement mieux que le marché en déclin grâce à la marque phare locale Jupiler. Au **Royaume-Uni**, les volumes de nos propres bières ont augmenté de 3,7 % au 3T09 et ont chuté de 1,9 % au 9M09, affichant des hausses de part de marché au cours des neuf premiers mois et enregistrant clairement de meilleurs résultats que le secteur durant le trimestre. Au cours du troisième trimestre, la croissance à deux chiffres des volumes de nos trois marques phares mondiales – Stella Artois, Beck's et Budweiser – a été partiellement atténuée par la disparition de certaines autres marques, conformément à notre stratégie de marques prioritaires. L'innovation a stimulé les solides performances de Stella Artois et de Beck's, avec une croissance continue de Stella 4 % et de Beck's Vier, alors que Budweiser a bénéficié d'un investissement accru dans la marque.

La Zone Europe de l'Ouest a continué d'enregistrer de solides résultats opérationnels au 3T09. Une baisse des prix du carburant et une meilleure efficacité en matière de distribution ont réduit les frais de distribution. Les frais commerciaux et de marketing ont diminué de 50 millions d'USD, principalement grâce aux synergies en matière de marketing et de promotion au Royaume-Uni et à la baisse continue du coût des médias.

L'EBITDA de la Zone a enregistré une hausse de 16,1 % pour atteindre 340 millions d'USD et la marge EBITDA a progressé de 442 points de base pour atteindre 28,1%. L'EBITDA au 9M09 a affiché une croissance interne de 22,8 % pour atteindre 810 millions d'USD. La marge EBITDA est passée de 19,3 % sur une base combinée à 24,9 % au 9M09.

Europe centrale et de l'Est

Les volumes de la Zone Europe centrale et de l'Est (ECE) ont chuté de 16,8 % au 3T09 et de 11,1 % au 9M09, ce qui reflète les conditions de marché difficiles dans la plupart des pays, en particulier en **Russie**, où les volumes ont diminué de 20,4 % au 3T09 et de 15,4 % au 9M09. Bien que la part de marché soit restée inférieure aux niveaux de l'année dernière, nous avons commencé à constater des améliorations suite à l'introduction de programmes de fidélisation des clients et des progrès au sein du canal des supermarchés. En **Ukraine**, les volumes de bière ont affiché une baisse de 8,3 % au 3T09 et de 4,2 % au 9M09, alors que nous avons maintenu notre part de marché.

La Zone a enregistré une croissance de l'EBITDA au 3T09 de 26,5 %, stimulée par une baisse des CdV et une diminution des frais de distribution en raison de la baisse des tarifs de transport par rapport à l'année dernière. La marge EBITDA a progressé de 22,8 % à 30,0 %. L'EBITDA au 9M09 a atteint 518 millions d'USD, soit une hausse en interne de 45,6 % accompagnée d'un accroissement de la marge de 18,9 % à 26,2 %.

Asie-Pacifique

Les volumes de la Zone ont chuté de 3,2 % au 3T09 car la croissance des volumes dans le Sud-Est, le Sud-Ouest et le Nord de la **Chine** fut largement atténuée par la baisse des volumes dans les régions centrales et de l'Est. Au 3T09, nos marques prioritaires Budweiser

et Harbin ont enregistré une croissance des volumes de respectivement 12,1 % et 5,7 %. Au cours du 9M09, les volumes de la Zone ont diminué de 1,9 %.

La vente d'Oriental Brewery a été complétée le 24 juillet 2009. A partir du 3T09, les activités sud-coréennes ne sont plus rapportées dans la Zone Asie-Pacifique, ce qui résulte en un effet de périmètre négatif pour la Zone de 2,2 millions d'hl, de 215 millions d'USD de produits et de 95 millions d'USD d'EBITDA pour le 3T09.

La Zone Asie-Pacifique a enregistré une croissance de l'EBITDA de 32,2 % pour atteindre 110 millions d'USD grâce à un accroissement de la marge brute et à une bonne gestion des coûts fixes. La marge EBITDA de la Zone était de 21,4 %, soit 396 points de base de plus que l'année dernière. L'EBITDA au 9M09 a augmenté de 17,5 % pour atteindre 315 millions d'USD. La marge EBITDA était de 19,8 % au 9M09, soit une hausse de 224 points de base.

Actualisation des synergies :
Nous maintenons notre objectif de réaliser des synergies d'une valeur de 1 milliard d'USD en 2009. A ce jour, des synergies d'une valeur de 875 millions d'USD ont été réalisées, dont 295 millions d'USD au 1T09, 315 millions d'USD au 2T09 et 265 millions d'USD au 3T09, grâce à la mise en œuvre réussie du ZBB, aux meilleures pratiques de production et, dans une moindre mesure, aux économies en matière d'approvisionnement.

Activités d'exportation et sociétés holding (GEHC)
Les GEHC, qui incluent également les activités américaines de divertissement et d'emballage, ont enregistré un EBITDA de 404 millions d'USD au 3T09, soit une baisse de 69 millions d'USD d'une année sur l'autre. L'EBITDA au 9M09 s'élevait à 832 millions d'USD, soit une baisse de 129 millions d'USD par rapport au 9M08.

- *L'activité américaine d'emballage* a enregistré des produits de 376 millions d'USD au 3T09 et de 1 098 millions d'USD au 9M09.
- *L'activité américaine de divertissement* a généré des produits de 480 millions d'USD au 3T09 et de 1 060 millions d'USD au 9M09.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 12 novembre 2009 – 12 / 23

COMPTE DE RÉSULTATS CONSOLIDÉ

Tableau 3 - Compte de résultats consolidé (millions d'usd)

	3T08 Rapporté	3T08 Combiné	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T09	Croissance interne
Produits	**6 061**	**10 893**	**-223**	**-863**	**-43**	**9 763**	**-0.4%**
Coûts des ventes	-2 559	-5 293	108	351	330	-4 505	6.4%
Marge brute	**3 502**	**5 599**	**-115**	**-513**	**287**	**5 259**	**5.2%**
Frais de distribution	-711	-922	7	86	135	-694	14.7%
Frais commerciaux et de marketing	-884	-1 448	36	124	-23	-1 311	-1.6%
Frais administratifs	-340	-573	6	51	-12	-528	-2.1%
Autres produits/charges d'exploitation	104	134	-3	-15	2	117	1.2%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents	1 671	2 789	-69	-267	389	2 842	14.3%
Eléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	-118					412	
Coûts financiers nets	-243					-971	
Coûts financiers nets non-récurrents	-38					5	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	1					157	
Impôts sur le résultat	-275					-601	
Bénéfice	**998**					**1 844**	
attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	690					1 546	
attribuable aux intérêts minoritaires	307					298	
EBITDA normalisé	**2 138**	**3 553**	**-81**	**-336**	**413**	**3 549**	**11.9%**
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	**837**					**1 132**	

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 12 novembre 2009 – 13 / 23

	9M08 Rapporté	9M08 Combiné	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M09	Croissance interne
Produits	**16 624**	**30 195**	**-228**	**-3 031**	**525**	**27 461**	**1.8%**
Coûts des ventes	-7 024	-14 916	202	1 194	625	-12 894	4.2%
Marge brute	**9 600**	**15 279**	**-26**	**-1 837**	**1 150**	**14 567**	**7.6%**
Frais de distribution	-2 006	-2 636	-23	319	370	-1 970	13.9%
Frais commerciaux et de marketing	-2 578	-4 174	37	442	113	-3 582	2.7%
Frais administratifs	-1 071	-1 750	22	215	-105	-1 619	-6.0%
Autres produits/charges d'exploitation	288	353	161	-50	3	467	0.9%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents	4 233	7 071	172	-911	1 532	7 864	21.9%
Eléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	-172					318	
Coûts financiers nets	-756					-2 963	
Bénéfice sur la vente de placements (non-récurrents)	-38					5	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	4					385	
Impôts sur le résultat	-507					-1 421	
Bénéfice	**2 764**					**4 187**	
attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 898					3 334	
attribuable aux intérêts minoritaires	866					854	
EBITDA normalisé	**5 535**	**9 262**	**162**	**-1 149**	**1 657**	**9 932**	**18.0%**
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	**2 084**					**3 050**	

Produits – Les produits consolidés ont chuté de 0,4 % au 3T09, pour atteindre 9 763 millions d'USD. L'augmentation des produits par hectolitre de 3,9 % reflète l'efficacité des programmes de gestion des revenus, incluant des hausses de prix ciblés. Au 9M09, les produits consolidés ont augmenté de 1,8 % pour atteindre 27 461 millions d'USD, et de 4,6 % par hectolitre.

Coûts des Ventes (CdV) – Les CdV au 3T09 ont globalement baissé de 6,4 %, soit une baisse de 2,8 % par hl, grâce aux meilleures pratiques d'approvisionnement, aux synergies réalisées aux États-Unis et à des améliorations dans la Zone Asie-Pacifique, alors que les Zones ALS et ECE ont continué de faire face à des hausses de CdV/hl par rapport à l'année dernière. En outre, les Coûts des ventes ont bénéficié de la baisse des prix pour les coûts des produits de base non couvrables. Au 9M09, les CdV ont diminué de 4,2 % et les CdV par hl ont affiché une légère baisse de 1,1 %.

Charges d'exploitation – Les charges d'exploitation totales ont diminué de 3,7 % au 3T09 et de 4,7 % au 9M09 :

- *Les frais de distribution* ont baissé de 14,7 % au 3T09 et de 13,9 % au 9M09, principalement en raison de la création de synergies aux États-Unis et de la baisse des tarifs en ECE.

- *Les frais commerciaux et de marketing* ont augmenté de 1,6 % au 3T09 et ont diminué de 2,7 % au 9M09, car les économies de moyens financiers non productifs aux États-Unis ont été réinvesties dans le lancement d'innovations de produits. En outre, les Zones d'Amérique du Nord et d'Europe de l'Ouest ont continué de bénéficier de la déflation des frais de média et de publicité.
- *Les frais administratifs* ont augmenté de 2,1 % au 3T09 et de 6,0 % au 9M09 étant donné que les économies de ZBB ont été atténuées par une hausse des provisions pour les compensations variables par rapport à 2008, lorsque certaines Zones adaptaient déjà les provisions de compensations variables à un niveau inférieur suite aux résultats de l'époque.
- *Les autres revenus/frais d'exploitation* ont augmenté de 1,2 % pour atteindre 117 millions d'USD au 3T09 et de 0,9 % pour atteindre 467 millions d'USD au 9M09.

Eléments non-récurrents – L'EBITDA normalisé ne comprend pas les éléments non-récurrents d'un montant de 412 millions d'USD au 3T09 et d'un montant de 318 millions d'USD au 9M09. Ces éléments comprennent un gain de 436 millions d'USD suite à la cession d'actifs en Corée du Sud, enregistrée au 3T09, partiellement atténuée par les frais de restructuration et d'autres frais.

Bénéfice au 3T09 et au 9M09 - Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs de capitaux propres d'Anheuser-Busch InBev s'élevait à 1 132 millions d'USD au 3T09, par rapport aux 837 millions d'USD au 3T08 sur une base rapportée, et à 3 050 millions d'USD au 9M09, par rapport aux 2 084 millions d'USD au 9M08 sur une base rapportée :

- *Les coûts financiers nets* s'élevaient à 966 millions d'USD au 3T09 par rapport aux 281 millions d'USD au 3T08 sur une base rapportée et à 2 959 millions d'USD au 9M09 par rapport aux 794 millions d'USD au 9M08 sur une base rapportée. Cette augmentation reflète l'intérêt sur la dette existante d'Anheuser-Busch et les dettes senior visant à financer l'acquisition, l'amortissement non-cash des honoraires contractuels payés sur les dettes senior et l'amortissement de l'ajustement de juste valeur sur la dette d'Anheuser-Busch. Le détail des coûts financiers nets est présenté ci-dessous, dans le tableau 4.

Tableau 4 - Coûts financiers nets (millions d'usd)

	3T09	3T08 Rapporté	9M09	9M08 Rapporté
Charges nettes d'intérêts	-816	-262	-2 546	-702
Charges de désactualisation	-137	-1	-346	-10
Autres résultats financiers	-13	-18	-66	-82
Coûts financiers nets	**-966**	**-281**	**-2 958**	**-794**

- *La quote-part dans le résultat des entreprises associées* était de 157 millions d'USD au 3T09 par rapport au 1 million d'USD au 3T08 sur une base rapportée, et de 385 millions d'USD au 9M09 par rapport aux 4 millions d'USD au 9M08 sur une base rapportée, imputés au résultat de Grupo Modelo au Mexique.

- *L'impôt sur le résultat* s'élevait à 601 millions d'USD avec un taux d'imposition effectif de 26,3 % au 3T09 et à 1 421 millions d'USD avec un taux d'imposition effectif de 27,2 % au 9M09. L'impôt sur le résultat a subi l'impact des résultats d'Anheuser-Busch US étant imposés à un taux marginal de 40 % et des bénéfices supérieurs réalisés au sein d'AmBev Brazil imposés à un taux marginal de 34 %. Pour l'exercice complet, nous nous attendons à un taux d'imposition effectif de 25-27 %.
- *Le Bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires* s'élevait à 298 millions d'USD au 3T09, soit une baisse par rapport aux 307 millions d'USD au 3T08 sur une base rapportée, et à 854 millions d'USD au 9M09, soit une légère baisse par rapport aux 866 millions d'USD réalisés au 9M08 sur une base rapportée.

Rapprochement entre l'EBITDA normalisé et le bénéfice attribuable aux porteurs de capitaux propres :
L'EBITDA et l'EBIT normalisés sont des indicateurs utilisés par AB InBev pour démontrer les performances sous-jacentes de la société.

L'EBITDA normalisé est calculé sans tenir compte des effets suivants du bénéfice attribuable aux porteurs de capitaux propres d'AB InBev : (i) Intérêts minoritaires, (ii) Impôts sur le résultat, (iii) Quote-part dans le résultat des entreprises associées, (iv) Coût financier net, (v) Coût financier net non-récurrent, (vi) Eléments non-récurrents et (vii) Dépréciation et amortissement.

L'EBITDA et l'EBIT normalisés ne sont pas des indicateurs de comptabilité conformes aux normes comptables IFRS et ne doivent pas être considérés comme une alternative au Bénéfice attribuable aux porteurs de capitaux propres en tant qu'indicateur de performance opérationnelle ou comme une alternative au Flux de trésorerie en tant qu'indicateur de liquidité. Il n'existe pas de méthode de calcul standard pour l'EBITDA et l'EBIT normalisés et la définition de l'EBITDA et de l'EBIT normalisés selon AB InBev ne peut pas être comparée à celle d'autres sociétés.

Tableau 5 - Reconciliation de l'EBITDA normalisé au bénéfice attribuables aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev (millions d'usd)

	3T09	3T08 Rapporté	9M09	9M08 Rapporté
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	**1 546**	**691**	**3 334**	**1 898**
Intérêts minoritaires	298	307	853	866
Bénéfice	**1 844**	**998**	**4 187**	**2 764**
Impôts sur le résultat	601	275	1 421	507
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	-157	-1	-385	-4
Coûts financiers nets non-récurrents	-5	38	-5	38
Coûts financiers nets	971	243	2 963	756
Eléments non-récurrents	-412	118	-318	172
Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents	**2 842**	**1 671**	**7 863**	**4 233**
Amortissements et dépréciations	707	467	2 069	1 302
EBITDA normalisé	**3 549**	**2 138**	**9 932**	**5 535**

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 12 novembre 2009 – 16 / 23

PERSPECTIVES

Nous prévoyons une croissance de l'EBITDA au quatrième trimestre par rapport à l'année précédente comparable à celle du troisième trimestre. L'évolution de la demande reste limitée, mais nous voyons une amélioration en termes de volumes au 4T09 comparée à la performance du 3T09, d'année en année.

Malgré les conditions économiques difficiles, nous prévoyons une augmentation de notre investissement dans des programmes commerciaux et de marketing au quatrième trimestre en finançant le lancement de nouveaux produits et en soutenant la croissance des marques prioritaires. En outre, nous devrions voir une hausse importante des frais administratifs due à des provisions pour compensations variables supérieures par rapport à 2008, lorsque la plupart des Zones ont annulé les provisions suite aux résultats de l'époque. De plus, nous sommes confrontés à des comparaisons de synergies plus difficiles.

Nous prévoyons maintenant une légère baisse des Coûts des ventes par hectolitre, en termes de pourcentages, pour 2009, ce qui est une perspective plutôt optimiste par rapport à ce qui était précédemment attendu.

Deux éléments auront un impact sur les coûts financiers nets du quatrième trimestre. Suite à l'émission d'obligations réalisée le 13 octobre pour une valeur de 5,5 milliards d'USD et à la réduction consécutive de l'encours de la Ligne de crédit "A" senior et d'une partie de la Ligne de crédit "C", nos coûts financiers nets au 4T09 comprendront les charges de désactualisation additionnelles de 86 millions d'USD et une perte de couverture des taux d'intérêt de 240 millions d'USD, étant donné que les instruments de couverture pour les parties de la Ligne de crédit "C" remboursées ne sont plus qualifiés pour la comptabilité de couverture. Alors que les charges de désactualisation sont un élément non-cash, l'équivalent de trésorerie de l'ajustement à la valeur de marché négatif sera étalé sur 2010 et 2011.

Nous avons largement concrétisé notre engagement de réaliser 7 milliards d'USD de cessions et continuons de travailler en vue de tenir nos autres engagements pris pour l'année 2009 :

1. Réaliser en 2009 des synergies issues du rapprochement avec Anheuser Busch à hauteur de 1 milliard d'USD, dont 875 millions d'USD ont déjà été engendrés au 9M09.
2. Dégager au moins 500 millions d'USD du fonds de roulement aux Etats-Unis, tout en continuant à rechercher des améliorations à l'ancienne société InBev.
3. Maintenir une discipline en matière de prix sur les marchés pertinents, tout en continuant à soutenir nos marques prioritaires.
4. Réduire les dépenses d'investissement d'au moins 1 milliard d'USD par rapport à la base combinée de 2008, sans compromettre la qualité de nos produits et la sécurité de nos collaborateurs.
5. Améliorer la structure des échéances et le profil de devise de notre dette.
6. Optimiser le taux d'imposition effectif de la société combinée pour atteindre un taux de 25-27 %.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 12 novembre 2009 – 17 / 23

ÉVÉNEMENTS RÉCENTS

Cessions d'actifs
Le 15 octobre, Anheuser-Busch InBev annonçait la conclusion d'un accord définitif pour la vente à CVC Capital Partners de nos activités en Europe centrale pour une valeur d'entreprise de 2 231 millions d'USD et des droits additionnels pour un futur paiement estimés à une somme pouvant atteindre 800 millions d'USD conditionnel au rendement de CVC sur son investissement initial. La valeur d'entreprise de 2 231 millions d'USD comprend :

- 1 618 millions d'USD en espèces
- 448 millions d'USD dans une obligation de paiement différé non garanti venant à échéance au bout de six ans, qui peut être automatiquement prolongée jusqu'à deux ans en cas de restructuration du financement d'emprunt de premier rang, au taux d'intérêt de 8-15 %
- 165 millions d'USD en intérêts minoritaires, en se basant sur la valeur du marché à la clôture de la bourse le 14 octobre 2009

Le 7 octobre, Anheuser-Busch InBev annonçait la conclusion d'un accord définitif pour la vente de Busch Entertainment Corporation au Blackstone Group pour un montant pouvant atteindre 2,7 milliards d'USD. Le prix d'achat comprendra un paiement en espèces de 2,3 milliards d'USD à la conclusion de la transaction et un droit de participation au rendement de Blackstone sur son investissement initial, plafonné à 400 millions d'USD.

Emission d'obligations
Le 13 octobre, Anheuser-Busch InBev annonçait la fixation des conditions financières d'une émission d'obligations pour un montant total en principal de 5,5 milliards d'USD, constituée d'obligations d'un montant total en principal de 1,5 milliards USD venant à échéance en 2012, 1,25 milliards USD venant à échéance en 2015, 2,25 milliards USD venant à échéance en 2020 et 500 millions USD venant à échéance en 2040. Les obligations porteront intérêt à concurrence d'un taux annuel de 3,000 % pour les obligations 2012, de 4,125 % pour les obligations 2015, de 5,375 % pour les obligations 2020 et 6,375 % pour les obligations 2040. La majeure partie des revenus a servi à rembourser, plus de deux ans à l'avance, une partie de la Ligne de crédit C de notre financement d'acquisition venant à échéance en novembre 2011.

Transfert interne d'actions non émises
La société acquerra le 12 novembre 2009, peu après la clôture d'Euronext Bruxelles, 8 300 000 d'actions de trésorerie directement (hors marché régulier) de sa filiale Brandbrew SA, qu'elle possède dans son intégralité. Le prix d'achat sera égal au cours de clôture de l'action de la société sur Euronext Bruxelles le 12 novembre 2009. Cette transaction a un impact de trésorerie neutre au niveau du groupe.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 12 novembre 2009 – 18 / 23

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

Annexes

- Annexe 1 : Informations sectorielles pour le troisième trimestre 2009 (3T09)
- Annexe 2 : Informations sectorielles pour les neufs premiers mois de 2009 (9M09)

Agenda du 12 novembre 2009

- *Conférence téléphonique concernant les résultats du 3T09 destinés aux investisseurs* 15h00 CET / 14h00 BST / 9h00 EST – les modalités d'inscription sont disponibles sur http://www.ab-inbev.com/go/investors/events_calendar/3Q09_results.cfm

Avertissement :
Ce communiqué contient certaines déclarations de nature prévisionnelle reflétant les vues actuelles du management d'AB InBev concernant, notamment, les objectifs stratégiques d'AB InBev, ses perspectives commerciales, sa situation financière future, ses budgets, ses niveaux de production escomptés, ses coûts escomptés et ses niveaux de résultats et bénéfices escomptés et les synergies qu'il est en mesure de réaliser. Ces déclarations comportent des risques et des incertitudes. La capacité d'AB InBev d'atteindre ces objectifs et cibles dépend de nombreux facteurs que son management ne peut contrôler. Dans certains cas, des mots tels que « croire », « avoir l'intention », « s'attendre à », « anticiper », « envisager », « viser », « fera » et des expressions similaires sont utilisés pour signaler les déclarations prévisionnelles. Toutes déclarations autres que des déclarations au sujet de faits historiques sont des déclarations prévisionnelles. Vous ne devez pas vous fonder de façon indue sur ces déclarations prévisionnelles. Par leur nature, des déclarations prévisionnelles impliquent des risques et des incertitudes car elles reflètent les attentes et hypothèses actuelles d'AB InBev au sujet d'évènements et circonstances futurs, qui pourraient s'avérer inexactes. Les résultats réels pourraient comporter des différences significatives par rapport à ceux escomptés dans les déclarations prévisionnelles, et ce pour de nombreuses raisons, y inclus les risques décrits au point 3.D du document d'enregistrement (*Form 20-F*) déposé auprès de la *US Securities and Exchange Commission* le 14 septembre 2009. AB InBev ne peut vous assurer que les futurs résultats, niveau d'activité, performance ou réalisations d'AB InBev rencontreront les attentes reflétées dans les déclarations prévisionnelles. De plus, ni AB InBev ni aucune autre personne n'assume la responsabilité du caractère correct ou complet des déclarations prévisionnelles. Sauf dans l'hypothèse où AB InBev serait tenu par la loi de mettre à jour ces déclarations, AB InBev ne mettra pas nécessairement à jour quelque déclaration que ce soit après la date de ce communiqué, que ce soit pour confirmer les résultats réels ou informer d'un changement quant à ses attentes.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 12 novembre 2009 – 19 / 23

À propos d'Anheuser-Busch InBev
Anheuser-Busch InBev est une entreprise cotée en bourse (Euronext: ABI) basée à Leuven, en Belgique, avec une cotation secondaire au New York Stock Exchange (NYSE : BUD) à travers des American Depositary Receipts. La société est le brasseur leader au niveau mondial et l'une des cinq plus grandes sociétés de biens de consommation au monde. En tant que société réellement tournée vers les consommateurs et dynamisée par les ventes, Anheuser-Busch InBev s'appuie sur un portefeuille de presque 300 marques comprenant les marques phares mondiales Budweiser, Stella Artois et Beck's, des marques multi-pays à forte croissance, telles que Leffe et Hoegaarden , ainsi que des fortes 'perles locales', comme Bud Light, Skol, Brahma, Quilmes, Michelob, Harbin, Sedrin, Klinskoye, Sibirskaya Korona, Chernigivske et Jupiler, entre autres. La société possède également une participation de 50 pour cent dans la filiale en exploitation de Grupo Modelo, le brasseur leader au Mexique et le propriétaire de la marque mondiale Corona. Le dévouement à l'héritage et la qualité d'Anheuser-Busch InBev trouve ses origines dans des traditions brassicoles qui datent de 1366, du temps de la brasserie Den Horen à Louvain en Belgique, et dans l'esprit innovateur de la brasserie d'Anheuser & Co, établie à St. Louis aux Etats-Unis en 1860. Géographiquement diversifiée avec une exposition équilibrée sur les marchés émergents et développés, Anheuser-Busch InBev emploie les forces collectives de ses 120.000 collaborateurs basés dans des opérations dans plus de 30 pays dans le monde entier. La société aspire à être La Meilleure Entreprise Brassicole dans un Monde Meilleur. Sur une base combinée pour 2008, la société aurait généré des produits de 39 milliards d'USD. Pour plus d'informations, consultez notre site internet www.ab-inbev.com.

Contacts Anheuser-Busch InBev :

Médias

Marianne Amssoms
Tél: +1-212-573-9281
E-mail: marianne.amssoms@ab-inbev.com

Karen Couck
Tél: +32-16-27-69-65
E-mail: Karen.couck@ab-inbev.com

Investisseurs

Robert Ottenstein
Tél: +1-212-573-4365
E-mail: robert.ottenstein@ab-inbev.com

Thelke Gerdes
Tél: +32-16-27-68-88
E-mail: thelke.gerdes@ab-inbev.com

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 12 novembre 2009 – 20 / 23

Annexe 1 - Informations sectorielles 3T09 (millions d'usd)

AB InBev au niveau mondial	3T08 Combiné	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T09	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hls)	112 257	-2 167	0	-3 481	106 609	-3.2%
Dont volumes de nos bières	100 722	-2 690	0	-3 062	94 969	-3.1%
Produits	**10 893**	**-223**	**-863**	**-43**	**9 763**	**-0.4%**
Coûts des ventes	-5 293	108	351	330	-4 505	6.4%
Marge brute	**5 599**	**-115**	**-513**	**287**	**5 259**	**5.2%**
Frais de distribution	-922	7	86	135	-694	14.7%
Frais commerciaux et de marketing	-1 448	36	124	-23	-1 311	-1.6%
Frais administratifs	-573	6	51	-12	-528	-2.1%
Autres produits/charges d'exploitation	134	-3	-15	2	117	1.2%
EBIT normalisé	2 789	-69	-267	389	2 842	14.3%
EBITDA normalisé	**3 553**	**-81**	**-336**	**413**	**3 549**	**11.9%**
Marge EBITDA normalisé	32.6%				36.4%	394 bp

Amérique du Nord	3T08 Combiné	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T09	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hls)	38 085	-756	0	-1 737	35 593	-4.7%
Produits	**4 232**	**0**	**-48**	**-94**	**4 090**	**-2.2%**
Coûts des ventes	-2 177	0	14	191	-1 972	8.8%
Marge brute	**2 055**	**0**	**-34**	**96**	**2 117**	**4.7%**
Frais de distribution	-297	0	8	77	-212	26.1%
Frais commerciaux et de marketing	-480	0	7	11	-461	2.4%
Frais administratifs	-231	0	3	73	-155	31.7%
Autres produits/charges d'exploitation	2	4	0	-58	-53	-
EBIT normalisé	1 049	4	-16	200	1 236	19.0%
EBITDA normalisé	**1 278**	**4**	**-18**	**203**	**1 466**	**15.8%**
Marge EBITDA normalisé	30.2%				35.9%	558 bp

Amérique latine Nord	3T08 Combiné	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T09	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hls)	23 777	-6	0	2 032	25 803	8.5%
Produits	**1 960**	**-1**	**-349**	**228**	**1 838**	**11.6%**
Coûts des ventes	-674	1	115	-57	-615	-8.5%
Marge brute	**1 287**	**0**	**-234**	**171**	**1 224**	**13.3%**
Frais de distribution	-234	3	35	1	-194	0.6%
Frais commerciaux et de marketing	-215	3	44	-72	-240	-34.0%
Frais administratifs	-101	1	24	-56	-132	-56.7%
Autres produits/charges d'exploitation	39	0	-13	38	63	97.4%
EBIT normalisé	776	7	-144	82	721	10.5%
EBITDA normalisé	**895**	**7**	**-164**	**94**	**831**	**10.4%**
Marge EBITDA normalisé	45.6%				45.2%	-48 bp

Amérique latine Sud	3T08 Combiné	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T09	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hls)	7 345	275	0	-411	7 208	-5.6%
Produits	**426**	**11**	**-77**	**58**	**419**	**13.6%**
Coûts des ventes	-194	-6	32	-2	-170	-0.9%
Marge brute	**232**	**4**	**-44**	**57**	**249**	**24.3%**
Frais de distribution	-35	-1	8	-9	-37	-24.3%
Frais commerciaux et de marketing	-48	-1	9	-12	-52	-25.1%
Frais administratifs	-20	0	4	-4	-20	-17.6%
Autres produits/charges d'exploitation	-5	0	0	0	-4	-0.8%
EBIT normalisé	124	2	-23	32	135	26.3%
EBITDA normalisé	**157**	**3**	**-30**	**41**	**171**	**26.6%**
Marge EBITDA normalisé	37.0%				40.9%	409 bp

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 12 novembre 2009 – 21 / 23

Annexe 1 - Informations sectorielles 3T09 (millions d'usd)

Europe de l'Ouest	3T08 Combiné	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T09	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hls)	9 179	155	0	-305	9 029	-3.3%
Dont volumes de nos bières	8 041	155	0	-98	8 098	-1.2%
Produits	**1 382**	**0**	**-146**	**-28**	**1 209**	**-2.0%**
Coûts des ventes	-625	0	71	18	-535	2.9%
Marge brute	**758**	**0**	**-75**	**-10**	**674**	**-1.3%**
Frais de distribution	-163	0	14	26	-123	16.2%
Frais commerciaux et de marketing	-273	0	22	50	-201	18.5%
Frais administratifs	-84	0	8	-3	-79	-3.3%
Autres produits/charges d'exploitation	-37	4	-1	4	-30	13.2%
EBIT normalisé	202	4	-33	69	241	33.4%
EBITDA normalisé	**327**	**4**	**-44**	**53**	**340**	**16.1%**
Marge EBITDA normalisé	23.6%				28.1%	442 bp

Europe Centrale et de l'Est	3T08 Combiné	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T09	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hls)	14 300	0	0	-2 402	11 898	-16.8%
Produits	**1 085**	**0**	**-247**	**-81**	**757**	**-7.4%**
Coûts des ventes	-533	0	119	75	-339	14.1%
Marge brute	**552**	**0**	**-128**	**-5**	**418**	**-1.0%**
Frais de distribution	-124	0	22	33	-69	26.7%
Frais commerciaux et de marketing	-189	0	42	12	-135	6.3%
Frais administratifs	-53	-1	8	7	-38	13.3%
Autres produits/charges d'exploitation	-45	0	-1	12	-33	27.5%
EBIT normalisé	142	-1	-57	59	143	41.8%
EBITDA normalisé	**248**	**-1**	**-86**	**66**	**227**	**26.5%**
Marge EBITDA normalisé	22.8%				30.0%	837 bp

Asie-Pacifique	3T08 Combiné	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T09	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hls)	18 808	-2 203	0	-537	16 068	-3.2%
Produits	**731**	**-212**	**7**	**-11**	**515**	**-2.1%**
Coûts des ventes	-390	98	-2	35	-258	12.0%
Marge brute	**342**	**-114**	**5**	**24**	**257**	**10.7%**
Frais de distribution	-33	0	-1	-1	-35	-3.0%
Frais commerciaux et de marketing	-170	33	-1	4	-134	3.0%
Frais administratifs	-31	5	1	-6	-32	-24.4%
Autres produits/charges d'exploitation	13	-7	0	-1	6	-14.5%
EBIT normalisé	121	-83	4	20	62	52.4%
EBITDA normalisé	**175**	**-95**	**4**	**26**	**110**	**32.2%**
Marge EBITDA normalisé	24.0%				21.4%	396 bp

Sociétés Holding et exportations globales	3T08 Combiné	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T09	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hls)	763	368	0	-120	1 011	-10.6%
Produits	**1 076**	**-22**	**-3**	**-115**	**935**	**-11.0%**
Coûts des ventes	-701	16	1	69	-615	10.1%
Marge brute	**375**	**-6**	**-2**	**-46**	**320**	**-12.6%**
Frais de distribution	-37	5	1	7	-25	21.8%
Frais commerciaux et de marketing	-74	1	1	-17	-88	-23.2%
Frais administratifs	-54	1	3	-23	-73	-44.3%
Autres produits/charges d'exploitation	166	-3	0	6	169	3.9%
EBIT normalisé	376	-2	3	-73	304	-19.6%
EBITDA normalisé	**473**	**-2**	**2**	**-69**	**404**	**-14.7%**

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 12 novembre 2009 – 22 / 23

Annexe 2 - Informations sectorielles 9M09 (millions d'usd)

AB InBev au niveau mondial	9M08 Combiné	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M09	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hls)	313 179	-2 519	0	-3 777	306 884	-1.2%
Dont volumes de nos bières	279 355	-3 859	0	-3 729	271 768	-1.4%
Produits	**30 195**	**-228**	**-3 031**	**525**	**27 461**	**1.8%**
Coûts des ventes	-14 916	202	1 194	625	-12 894	4.2%
Marge brute	**15 279**	**-26**	**-1 837**	**1 150**	**14 567**	**7.6%**
Frais de distribution	-2 636	-23	319	370	-1 970	13.9%
Frais commerciaux et de marketing	-4 174	37	442	113	-3 582	2.7%
Frais administratifs	-1 750	22	215	-105	-1 619	-6.0%
Autres produits/charges d'exploitation	353	161	-50	3	467	0.9%
EBIT normalisé	7 071	172	-911	1 532	7 864	21.9%
EBITDA normalisé	**9 262**	**162**	**-1 149**	**1 657**	**9 932**	**18.0%**
Marge EBITDA normalisé	30.7%				36.2%	487 bp

Amérique du Nord	9M08 Combiné	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M09	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hls)	108 606	-2 213	0	-1 954	104 438	-1.8%
Produits	**11 974**	**0**	**-221**	**208**	**11 961**	**1.7%**
Coûts des ventes	-6 088	57	60	214	-5 757	3.5%
Marge brute	**5 886**	**57**	**-161**	**422**	**6 204**	**7.2%**
Frais de distribution	-868	0	41	218	-610	25.1%
Frais commerciaux et de marketing	-1 398	0	24	120	-1 254	8.6%
Frais administratifs	-692	19	13	207	-452	29.9%
Autres produits/charges d'exploitation	-31	168	0	-116	20	-421.6%
EBIT normalisé	2 898	243	-84	851	3 908	29.3%
EBITDA normalisé	**3 587**	**243**	**-95**	**868**	**4 603**	**24.2%**
Marge EBITDA normalisé	30.0%				38.5%	662 bp

Amérique latine Nord	9M08 Combiné	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M09	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hls)	71 021	-608	0	5 350	75 763	7.6%
Produits	**5 691**	**-23**	**-1 290**	**573**	**4 950**	**10.1%**
Coûts des ventes	-1 975	18	400	-43	-1 600	-2.2%
Marge brute	**3 716**	**-6**	**-890**	**529**	**3 349**	**14.3%**
Frais de distribution	-670	8	125	20	-517	3.0%
Frais commerciaux et de marketing	-630	8	166	-197	-654	-31.7%
Frais administratifs	-323	1	91	-132	-364	-41.1%
Autres produits/charges d'exploitation	140	0	-41	55	153	39.0%
EBIT normalisé	2 232	11	-550	275	1 968	12.2%
EBITDA normalisé	**2 567**	**11**	**-626**	**318**	**2 271**	**12.3%**
Marge EBITDA normalisé	45.1%				45.9%	96 bp

Amérique latine Sud	9M08 Combiné	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M09	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hls)	23 133	525	0	-609	23 049	-2.6%
Produits	**1 238**	**20**	**-178**	**222**	**1 302**	**17.8%**
Coûts des ventes	-538	-12	77	-47	-520	-8.7%
Marge brute	**700**	**8**	**-101**	**175**	**781**	**24.9%**
Frais de distribution	-100	-4	19	-29	-115	-27.6%
Frais commerciaux et de marketing	-140	-2	20	-8	-129	-5.4%
Frais administratifs	-49	0	7	-12	-54	-25.1%
Autres produits/charges d'exploitation	0	0	0	-8	-7	-
EBIT normalisé	412	1	-56	120	476	29.2%
EBITDA normalisé	**509**	**1**	**-72**	**145**	**583**	**28.6%**
Marge EBITDA normalisé	41.1%				44.8%	371 bp

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 12 novembre 2009 – 23 / 23

Annexe 2 - Informations sectorielles 9M09 (millions d'usd)

Europe de l'Ouest	9M08 Combiné	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M09	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hls)	26 534	462	0	-1 509	25 487	-5.6%
Dont volumes de nos bières	22 921	462	0	-628	22 756	-2.7%
Produits	**3 930**	**2**	**-564**	**-109**	**3 258**	**-2.8%**
Coûts des ventes	-1 835	0	283	94	-1 457	5.1%
Marge brute	**2 096**	**2**	**-281**	**-15**	**1 801**	**-0.7%**
Frais de distribution	-485	0	59	75	-351	15.5%
Frais commerciaux et de marketing	-816	-2	96	142	-580	17.4%
Frais administratifs	-272	-1	41	-29	-262	-10.7%
Autres produits/charges d'exploitation	-137	13	-8	49	-83	39.6%
EBIT normalisé	385	12	-93	222	526	56.0%
EBITDA normalisé	**760**	**12**	**-138**	**176**	**810**	**22.8%**
Marge EBITDA normalisé	19.3%				24.9%	516 bp

Europe Centrale et de l'Est	9M08 Combiné	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M09	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hls)	36 722	0	0	-4 088	32 634	-11.1%
Produits	**2 661**	**0**	**-683**	**1**	**1 979**	**0.0%**
Coûts des ventes	-1 332	0	337	71	-923	5.4%
Marge brute	**1 329**	**0**	**-346**	**73**	**1 056**	**5.5%**
Frais de distribution	-327	0	65	71	-191	21.7%
Frais commerciaux et de marketing	-517	0	119	38	-361	7.3%
Frais administratifs	-132	-2	34	-26	-126	-19.5%
Autres produits/charges d'exploitation	-121	0	-2	27	-96	22.6%
EBIT normalisé	231	-2	-129	182	283	79.5%
EBITDA normalisé	**503**	**-2**	**-211**	**228**	**518**	**45.6%**
Marge EBITDA normalisé	18.9%				26.2%	857 bp

Asie-Pacifique	9M08 Combiné	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M09	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hls)	45 027	-2 203	0	-803	42 021	-1.9%
Produits	**1 821**	**-206**	**-68**	**42**	**1 590**	**2.6%**
Coûts des ventes	-977	130	23	-5	-830	-0.6%
Marge brute	**844**	**-76**	**-45**	**37**	**760**	**4.8%**
Frais de distribution	-83	-32	6	-3	-111	-2.4%
Frais commerciaux et de marketing	-458	32	10	26	-390	6.0%
Frais administratifs	-86	-1	4	-26	-109	-30.7%
Autres produits/charges d'exploitation	12	-7	1	6	12	127.4%
EBIT normalisé	229	-83	-23	40	163	27.1%
EBITDA normalisé	**385**	**-95**	**-25**	**51**	**315**	**17.5%**
Marge EBITDA normalisé	21.1%				19.8%	224 bp

Sociétés Holding et exportations globales	9M08 Combiné	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M09	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hls)	2 137	1 518	0	-163	3 492	-4.5%
Produits	**2 879**	**-20**	**-26**	**-411**	**2 423**	**-14.4%**
Coûts des ventes	-2 171	9	14	341	-1 807	15.8%
Marge brute	**708**	**-10**	**-12**	**-70**	**616**	**-10.0%**
Frais de distribution	-102	5	4	17	-76	17.8%
Frais commerciaux et de marketing	-216	2	8	-8	-214	-3.9%
Frais administratifs	-197	5	25	-86	-253	-44.8%
Autres produits/charges d'exploitation	490	-13	-1	-10	467	-2.2%
EBIT normalisé	684	-11	24	-158	540	-23.3%
EBITDA normalisé	**953**	**-9**	**18**	**-129**	**832**	**-13.7%**