

Brussel, 12 augustus 2010 – 1 / 25

Bijgaande informatie betreft gereglementeerde informatie in de zin van het Belgisch Koninklijk Besluit van 14 november 2007 betreffende de verplichtingen van emittenten van financiële instrumenten die zijn toegelaten tot de verhandeling op een gereglementeerde markt.

Anheuser-Busch InBev maakt resultaten bekend voor het tweede kwartaal en de eerste helft van 2010

Zie pagina 4 voor belangrijke disclaimers

HOOGTEPUNTEN

- **Volumeprestaties:** Het totale volume nam in 2Q10 met 2,1% toe, waarbij het volume eigen bieren met 2,0% steeg en het volume frisdranken een groei van 5,5% kende. In HY10 nam het totale volume met 1,5% toe, waarbij het volume eigen bieren met 1,4% steeg en het volume frisdranken een groei van 3,9% kende.
- **Belangrijkste merken:** Het volume van onze belangrijkste merken steeg in 2Q10 met 5,7% en in HY10 met 4,0%; de sterkste stijgers waren Budweiser op internationaal niveau, Antarctica, Brahma en Skol in Brazilië en Harbin in China.
- **Stijging marktaandeel:** In HY10 hebben we marktaandeel gewonnen of behouden op markten die goed zijn voor nagenoeg de helft van onze totale biervolumes.
- **Opbrengstengroei:** De opbrengsten stegen in 2Q10 met 4,1%, of 1,5% per hectoliter, en in HY10 met 3,1%, of 1,3% per hectoliter. Bij een constante geografische basis zou de opbrengstengroei per hl 2,8% hebben bedragen voor 2Q10 en 2,7% voor HY10.
- **Kostprijs Verkochte Goederen (KVG):** De Kostprijs Verkochte Goederen (KVG) steeg met 2,9% in 2Q10 en daalde met 0,3% per hl. In HY10 steeg de KVG met 0,9% en daalde met 1,3% per hl. Bij een constante geografische basis zou de KVG per hl met 1,1% gestegen zijn in 2Q10 en met 0,8% in HY10.
- **Verkoop en marketing:** De verkoop- en marketinginvesteringen stegen met 10,0% in 2Q10 en met 7,6% in HY10, waarbij de toegenomen ondersteuning van onze belangrijkste merken en onze wereldwijde sponsoringactiviteiten voor en tijdens de FIFA World Cup gedeeltelijk gecompenseerd werden door afnames van het niet-verkoopgerelateerd kapitaal in Noord-Amerika.
- **Synergieën:** In 2Q10 werden 180 miljoen USD aan synergieën gerelateerd aan de combinatie met Anheuser-Busch gerealiseerd, wat leidt tot een bedrag van 310 miljoen USD aan synergieën in HY10 en ons totaal aldus op 1 670 miljoen USD aan synergieën brengt.
- **EBITDA:** De EBITDA voor 2Q10 steeg met 5,6% tot 3 354 miljoen USD, en de EBITDA-marge bedroeg 36,6% tegenover 38,2% in 2Q09, een interne verbetering met 50 basispunten. De EBITDA voor HY10 steeg met 5,4% tot 6 440 miljoen USD, en de marge bedroeg 36,8%, een interne verbetering met 79 basispunten.
- **Scopes:** De EBITDA omvat een negatieve scope van 240 miljoen USD in Noord-Amerika die gerelateerd is aan winst uit hoofde van een inperking of beëindiging van een regeling in 2Q09 die als een positieve scope gerapporteerd werd in 2009.
- **Netto financiële kosten:** De netto financiële kosten bedroegen 519 miljoen USD in 2Q10 vergeleken met 1 152 miljoen USD in 2Q09. De daling is voornamelijk te wijten aan lagere netto interestkosten ten gevolge van de verbeterde schuldpositie en lagere periodetoerekeningskosten doordat de bankleningen als een percentage van de totale schuld afnamen en aan het effect van wisselkoerswinsten in overige financiële resultaten (zie pg 14).

PERSBERICHT



Brussel, 12 augustus 2010 – 2 / 25

Voor HY10 bedroegen de netto financiële kosten 1 419 miljoen USD vergeleken met 1 993 miljoen USD in HY09.

- **Winst:** De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van Anheuser-Busch InBev bedroeg 1 440 miljoen USD in 2Q10 vergeleken met 1 134 miljoen USD in 2Q09, en 2 331 miljoen USD in HY10 vergeleken met 1 918 miljoen USD in HY09.
- **Winst Per Aandeel (WPA):** De genormaliseerde winst per aandeel bedroeg 0,90 USD in 2Q10 vergeleken met 0,72 USD in 2Q09, en 1,46 USD in HY10 vergeleken met 1,21 USD in HY09.
- **Kasstroom:** De netto kasstroom uit operationele activiteiten bedroeg 4 133 miljoen USD in HY10 vergeleken met 5 067 miljoen USD in HY09. De vertraging van de netto kasstroom uit operationele activiteiten is voornamelijk te wijten aan een moeilijke vergelijkingsbasis doordat de interest- en belastingsbetalingen in 2009 zich voornamelijk in de tweede helft van het jaar voordeden (zie Tabel 8).
- **Afbouw schuldpositie:** Op 30 juni 2010 bedroeg onze nettoschuld 42,1 miljard USD, een daling met 3,0 miljard USD tegenover 31 december 2009, terwijl de verhouding tussen de nettoschuld en EBITDA 3,3 bedroeg, tegenover 3,7 zes maanden geleden.
- Het **Financieel Verslag voor HY2010** is beschikbaar op onze website: <http://www.ab-inbev.com/go/investors.cfm>

Tabel 1. Geconsolideerde resultaten (miljoen usd)

	2Q10	2Q09 Gerapporteerd	2Q09 Referentiebasis	Interne groei
Volumes (duizend hls)	100 611	105 224	98 278	2.1%
Biervolumes	90 499	95 637	88 692	1.7%
Waarvan eigen merkbieren	89 074	93 839	86 937	2.0%
Niet-biervolumes	10 113	9 587	9 587	5.5%
Opbrengsten	9 174	9 501	8 459	4.1%
Brutowinst	5 062	5 118	4 629	5.1%
Genormaliseerde EBITDA	3 354	3 596	3 229	5.6%
Genormaliseerde EBIT	2 740	2 901	2 617	7.7%
Toe te kennen winst aan houders van AB InBev eigen- vermogensinstrumenten (genormaliseerd)	1 440	1 134		
Toe te kennen winst aan houders van AB InBev eigen- vermogensinstrumenten	1 149	1 071		
Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten) (usd)	0.90	0.72		
Winst per aandeel (usd)	0.72	0.68		
Marges				
Brutomarge	55.2%	53.9%	54.7%	52 bp
Genormaliseerde EBITDA marge	36.6%	37.9%	38.2%	50 bp
Genormaliseerde EBIT marge	29.9%	30.5%	30.9%	98 bp

PERSBERICHT

Brussel, 12 augustus 2010 – 3 / 25



Tabel 1. Geconsolideerde resultaten (miljoen usd)

	HY10	HY09 Gerapporteerd	HY09 Referentiebasis	Interne groei
Volumes (duizend hls)	192 443	200 274	188 903	1.5%
Biervolumes	170 801	179 723	168 352	1.2%
Waarvan eigen merkbieren	168 279	176 799	165 508	1.4%
Niet-biervolumes	21 641	20 551	20 551	3.9%
Opbrengsten	17 501	17 698	16 027	3.1%
Brutowinst	9 671	9 308	8 638	5.0%
Genormaliseerde EBITDA	6 440	6 383	5 886	5.4%
Genormaliseerde EBIT	5 210	5 021	4 695	7.2%
Toe te kennen winst aan houders van AB InBev eigen- vermogensinstrumenten (genormaliseerd)	2 331	1 918		
Toe te kennen winst aan houders van AB InBev eigen- vermogensinstrumenten	1 624	1 787		
Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten) (usd)	1.46	1.21		
Winst per aandeel (usd)	1.02	1.13		
<u>Marges</u>				
Brutomarge	55.3%	52.6%	53.9%	98 bp
Genormaliseerde EBITDA marge	36.8%	36.1%	36.7%	79 bp
Genormaliseerde EBIT marge	29.8%	28.4%	29.3%	113 bp

Brussel, 12 augustus 2010 – 4 / 25

De gerapporteerde cijfers van Anheuser-Busch InBev voor 2Q10 en 2Q09 zijn gebaseerd op de niet-geauditeerde geconsolideerde tussentijdse financiële staten, opgesteld in overeenstemming met IFRS. Tenzij anders vermeld, zijn de cijfers gepresenteerd in miljoen USD. De gerapporteerde cijfers voor de driemaandelijkse en zesmaandelijkse periodes eindigend op 30 juni 2010 zijn niet geauditeerd en omvatten naar de mening van het management alle normale aanpassingen die noodzakelijk zijn om de resultaten voor de tussentijdse periodes waarheidsgetrouw voor te stellen. Wegens seizoensfluctuaties en andere factoren zijn de resultaten van de activiteiten voor de driemaandelijkse en zesmaandelijkse periodes eindigend op 30 juni 2010 niet noodzakelijk kenmerkend voor de resultaten die voor het volledige jaar verwacht kunnen worden.

Gezien de omvang van de verkopen van activa die we in 2009 hebben gerealiseerd voor de herfinanciering van de schuld die we hadden aangegaan om de transactie met Anheuser-Busch te financieren, geven we in dit persbericht de geconsolideerde volumes en resultaten van 2Q09 en HY09 tot genormaliseerde EBIT op referentiebasis, waarbij alle desinvesteringen behandeld worden alsof ze op 1 januari 2009 afgesloten waren, en met bepaalde intragroepstransacties gerapporteerd in het segment van de Globale Export en Holdingmaatschappijen.

Teneinde het inzicht in de onderliggende prestaties van Anheuser-Busch InBev te vergemakkelijken, steunen de groeianalyses, inclusief alle toelichtingen in dit persbericht, en behoudens andersluidende vermelding, op interne en genormaliseerde groeicijfers ten opzichte van de referentiebasis. 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 scopes. Scopes vertegenwoordigen de impact van acquisities en desinvesteringen, andere dan deze die reeds in de referentiebasis geëlimineerd werden, de opstart of beëindiging van activiteiten, winsten en verliezen uit hoofde van inperking of beëindiging van een regeling, of de transfer van activiteiten tussen segmenten.

Alle verwijzingen per hectoliter (per hl) zijn exclusief de Amerikaanse niet-bieractiviteiten. Om het effect van de geografische mix, d.i. de impact van de sterkere volumegroei in landen met lagere opbrengsten per hectoliter en lagere kostprijs verkochte goederen per hectoliter, te elimineren, tonen we, waar aangegeven, ook de interne cijfers per hectoliter bij een constante geografische basis. De constante geografische basis wordt berekend op basis van dezelfde spreiding van onze activiteiten inzake verkoopvolume, opbrengsten en Kostprijs Verkochte Goederen als in dezelfde periode van het voorgaande jaar.

Telkens wanneer de term "genormaliseerd" in dit document wordt gebruikt, heeft hij betrekking op de prestatie-indicatoren (EBITDA, EBIT, winst, belastingvoet, winst per aandeel), wat betekent dat zij gerapporteerd worden 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 onderneming. De optelling van cijfers in de tabellen en bijlagen kan soms leiden tot afrondingsverschillen.

De winst per aandeel voor 2Q10 en HY10 is gebaseerd op een gewogen gemiddelde van 1 591 miljoen aandelen, vergeleken met 1 582 miljoen aandelen voor 2Q09 en HY09.

COMMENTAAR VAN HET MANAGEMENT

Anheuser-Busch InBev heeft sterke resultaten neergezet in het tweede kwartaal met een stijging van het totale volume met 2,1%, waarbij de belangrijkste merken een groei van 5,7% kenden. De EBITDA steeg met 5,6%. De stijging van het volume en van de EBITDA lag een weinig boven onze oorspronkelijke verwachtingen. Over het algemeen stimuleerden gunstige weersomstandigheden de volumegroei, behalve in Azië.

Onze sponsoring van de FIFA World Cup 2010 via verschillende merken was het hoogtepunt van het kwartaal. Budweiser was voor de zevende keer sponsor van de FIFA World Cup met

Brussel, 12 augustus 2010 – 5 / 25

het meest wereldwijde, experimentele en digitale programma tot op heden dankzij de toegenomen schaal, voetafdruk en samengebrachte creativiteit van de nieuwe Anheuser-Busch InBev-combinatie. Lokale merken zoals Brahma, Harbin en Jupiler traden voor het eerst op als officiële lokale sponsors van de FIFA World Cup, en het enthousiasme dat hiermee gepaard ging, vertaalde zich in een nog nooit gezien regionaal engagement van de consument en een ongeëvenaarde mediatisering van deze merken.

Budweiser catalogeerde haar wereldwijde activiteiten en rechten onder de algemene noemer "Bud United" en bracht overal ter wereld fans samen om uitdrukking te geven aan hun passie voor het toernooi. We lanceerden "Bud United" in meer dan 80 landen; daarnaast maakten enkele van de belangrijkste onderdelen van de campagne, zoals het innovatieve online reality-programma "Bud House" en de vernieuwde "Budweiser Man of the Match", voor het eerst gebruik van digitale kanalen en technologie om wereldwijd fans te bereiken. Door de sponsoring van de FIFA World Cup is de interesse van de consument in het merk Budweiser toegenomen en is zijn band met het merk sterker geworden. Op die manier kunnen we ons een eerste idee vormen van het wereldwijde potentieel van het merk:

- *Budweiser was de meest verkochte drank in de FIFA World Cup-stadions; er werd zelfs meer Budweiser gedronken dan alle frisdrank, sportdrank en water samen*
- *Tijdens het vijf weken durende toernooi sleepte Budweiser via BudUnited.com meer dan 1 miljoen "likes" in de wacht op Facebook, waardoor Budweiser het populairste biermerk op Facebook is met meer dan dubbel zoveel "likes" als het volgende grote merk (Bud Light)*
- *Meer dan 2,7 miljoen fans toonden hun ware kleuren met de Budweiser Facebook-applicatie "Paint Your Face"; door de verspreiding via sociale media resulteerde dit in meer dan 250 miljoen hits*
- *"Bud House" werd meer dan zeven miljoen keer bekeken op geassocieerde zenders*
- *Meer dan 1,5 miljoen fans maakten gebruik van het nieuwe, democratische stemproces voor de "Budweiser Man of the Match" om de speler van de match te kiezen na elk van de 64 wedstrijden*

In mei hebben we Bud in Rusland gelanceerd, en hoewel het nog erg vroeg is, bevestigen de eerste resultaten het potentieel dat we voor het merk voor ogen hebben op de op drie na grootste biermarkt ter wereld. Het merk werd gelanceerd in de schaduw van de FIFA World Cup en behaalde nu reeds merkgezondheidsindicatoren van ongeveer de helft van het niveau van de langgevestigde marktleider in zijn categorie.

Dankzij de sponsoring van de 2010 FIFA World Cup en een brede waaier aan wereldwijde initiatieven is het volume Budweiser nagenoeg stabiel gebleven in HY10. We zijn erg tevreden met deze ontwikkeling en met de positieve resultaten die we op talrijke markten geboekt hebben. Onze commerciële teams werken nu plannen uit om Budweiser in andere gebieden met veel potentieel te lanceren en nemen tegelijk maatregelen om de verkoop van Budweiser in haar thuismarkt, de Verenigde Staten, te stabiliseren.

Brussel, 12 augustus 2010 – 6 / 25

Ondanks de goede internationale resultaten van Budweiser zijn we niet tevreden met de algemene evolutie van ons marktaandeel, dat toegenomen of stabiel gebleven is in markten die samen bijna de helft van ons totaal volume vertegenwoordigen. We lanceren daarom merkversterkende en commerciële programma's om onze resultaten voor de tweede helft van 2010 en 2011 te verbeteren. Belangrijk is dat onze merkgezondheidsindicatoren wel nog steeds positief zijn in alle Zones. Het marktaandeelverlies is te wijten aan diverse factoren, zoals vakbondsacties in België, moeilijk vergelijkbare cijfers in de Verenigde Staten en promotionele activiteiten van bepaalde concurrenten, in het bijzonder in Duitsland.

De verkoop- en marketinginvesteringen werden met 10% verhoogd om onze initiatieven voor volume- en opbrengstengroei, en in het bijzonder onze FIFA World Cup-programma's, te helpen stimuleren en ondersteunen. Dankzij onze Cost-Connect-Win-discipline zijn onze bedrijfskosten met slechts 2,3% gestegen.

We blijven ons engageren om de verhouding tussen onze nettoschuld en EBITDA onder 2,0 te krijgen en hebben flink vooruitgang geboekt in de eerste helft van 2010. We hebben het kwartaal afgesloten met een verhouding tussen onze nettoschuld en EBITDA van 3,3 tegenover 3,7 eind 2009.

VOORUITZICHTEN

We blijven ervan uitgaan dat de EBITDA in het derde kwartaal sterker zal groeien dan in HY10, met een verdere groei in 4Q10, wanneer we de sterkste EBITDA-groei van 2010 zouden moeten boeken. Zoals hierboven vermeld, zullen we in de tweede helft van het jaar voordeel halen uit gemakkelijkere volumevergelijkingen, in het bijzonder in de Verenigde Staten.

Daarnaast hadden we ook te kampen met zeer moeilijke kostenvergelijkingen in de eerste helft van 2010 ten gevolge van de timing van de verkoop-, marketing- en administratieve kosten in 2009, en we verwachten gemakkelijkere kostenvergelijkingen in het tweede halfjaar, in het bijzonder in 4Q10.

We verwachten dat de Kostprijs Verkochte Goederen per hectoliter over het hele jaar stabiel zal blijven of met lage eencijferige cijfers zal groeien.

Voor het volledige jaar 2010 verwachten we dat de gemiddelde coupon op de nettoschuld tussen 6,0 en 6,5% zal liggen en gaan we uit van een genormaliseerde effectieve aanslagvoet tussen de 25 en 27% die eerder naar de 27% neigt.

Indien de volumegroei boven onze oorspronkelijke verwachtingen blijft, kunnen de netto-investeringsuitgaven voor 2010 tot 2,0 à 2,2 miljard USD oplopen.

Brussel, 12 augustus 2010 – 7 / 25

BELANGRIJKSTE MERKEN

We spenderen het merendeel van onze aandacht en middelen aan onze belangrijkste merken, de merken die volgens ons het grootste commerciële potentieel hebben. Het volume belangrijkste merken steeg in 2Q10 met 5,7% en steeg dus sneller dan ons volume eigen bieren, dat met 2,0% groeide. In HY10 steeg het volume belangrijkste merken met 4,0%, bijna drie keer zoveel als de groei van ons volume eigen bieren met 1,4%; de belangrijkste merken worden steeds belangrijker aangezien ze in hun totaliteit goed zijn voor 68,4% van het volume eigen bieren tegenover 66,7% in HY09.

Hogtepunten voor de belangrijkste merken in 2Q10:

- Budweiser werd in mei 2010 op nationale schaal gelanceerd in Rusland onder het handelsmerk "Bud"; het bier wordt lokaal gebrouwen.
- Zoals aangekondigd in mei 2010, wordt Bud Light de officiële en exclusieve biersponsor van de NFL vanaf het seizoen 2011. De overeenkomst linkt het best verkopende biermerk in Amerika met de populairste sport van het land.
- In het in april door Millward Brown Optimor gepubliceerde 2010 BrandZ report staat Budweiser (met inbegrip van Bud Light) als enig biermerk in de top 100 van meest waardevolle wereldwijde merken en is Budweiser het op één na hoogst genoteerde drankmerk. Budweiser staat nu op plaats 38 tegenover plaats 52 in 2009 en plaats 70 in 2008, en de waarde van het merk is in 2009 met 20% gestegen. Skol en Budweiser stonden in de lijst van de 20 snelst groeiende wereldwijde merken, en in de top tien van biermerken vinden we Bud Light op 1, Budweiser op 2, Stella Artois op 5 en Skol op 7.
- Budweiser deed het bijzonder goed in het Verenigd Koninkrijk en ondervond een positief effect van de sponsoring van de FIFA World Cup en de daarmee gepaard gaande campagnes en promoties, waardoor het merk goede resultaten geboekt heeft binnen de horeca alsook binnen de grootdistributie.

Innovaties in 2Q10:

- Budweiser 4, een Budweiser-variant met een alcoholpercentage van 4%, werd in mei 2010 in Quebec (Canada) gelanceerd. Bud 4 had in 2Q10 al een marktaandeel van 0,4%. Skol is verkrijgbaar in een nieuwe verpakking, namelijk een vat van 5l voor thuisgebruik. Over het algemeen zorgden nieuwe product- en verpakkingssinnovaties in Brazilië voor een marktaandeel van 9,3% in mei 2010.

Sponsoring van de 2010 FIFA World Cup South Africa™

Budweiser was wereldwijd het "officiële bier" van de 2010 FIFA World Cup South Africa™. Daarnaast versterkte Anheuser-Busch InBev haar kwalitatief bierportfolio door lokale sponsorrechten toe te kennen aan haar voornaamste merken op specifieke voetbalmarkten, waaronder Brahma (Brazilië), Hasseröder (Duitsland), Jupiler (België en Nederland), Quilmes (Argentinië) en Harbin (China). De wereldwijde marketinginspanningen werden gebundeld onder het sponsorlogo "Budweiser United" en de voornaamste lokale merken maakten gebruik van een aangepaste versie van deze handelsmerken voor lokale activiteiten.

PERSBERICHT

Brussel, 12 augustus 2010 – 8 / 25



BEDRIJFSRESULTATEN

Voor gedetailleerde segmentinformatie inzake de bedrijfsresultaten voor 2Q10 en HY10 wordt verwezen naar Bijlage 1 en Bijlage 2 bij dit persbericht.

Tabel 2. Volumes (duizend hls)

	2Q09	Scope	Interne groei	2Q10	Interne groei
	Referentiebasis				
Noord-Amerika	35 641	0	-1 206	34 435	-3.4%
Latijns-Amerika Noord	24 078	0	2 859	26 938	11.9%
Latijns-Amerika Zuid	6 627	0	145	6 772	2.2%
West-Europa	8 902	207	109	9 218	1.2%
Centraal- en Oost-Europa	8 440	-241	-96	8 103	-1.2%
Azië	13 095	61	305	13 461	2.3%
Globale Export en Holdingmaatschappijen	1 495	252	-61	1 686	-3.5%
AB InBev Wereldwijd	98 278	278	2 055	100 611	2.1%
	HY09	Scope	Interne groei	HY10	Interne groei
	Referentiebasis				
Noord-Amerika	68 391	0	-3 211	65 180	-4.7%
Latijns-Amerika Noord	49 959	0	6 404	56 364	12.8%
Latijns-Amerika Zuid	15 842	306	-182	15 965	-1.1%
West-Europa	15 451	378	-83	15 746	-0.5%
Centraal- en Oost-Europa	13 948	-455	-860	12 633	-6.4%
Azië	22 380	82	781	23 244	3.5%
Globale Export en Holdingmaatschappijen	2 932	446	-67	3 311	-2.0%
AB InBev Wereldwijd	188 903	757	2 782	192 443	1.5%

Noord-Amerika (NA)

De totale volumes in Noord-Amerika daalden met 3,4% in 2Q10 en met 4,7% in HY10.

De leveringsvolumes in de **Verenigde Staten** kenden een daling met 3,0% in 2Q10 en met 4,8% in HY10. De binnenlandse **bierverkoop aan kleinhandelaars (VAK)** gecorrigeerd voor het aantal verkoopdagen daalde met 1,7% in 2Q10 en met 2,9% in HY10, een sequentiële verbetering tegenover 1Q10. Het verschil tussen leveringen en de VAK is te wijten aan een daling van de voorraden van groothandelaars. Voor het volledig jaar 2010 blijven we ervan uitgaan dat de leveringsvolumes ruim in lijn zullen zijn met de VAK. Ondanks toegenomen concurrentie in het invoersegment zijn de leveringsvolumes van Stella Artois in HY10 met bijna 30% toegenomen.

In **Canada** daalden de biervolumes met 7,1% in 2Q10 wegens de zwakke positie van de industrie en marktaandeelverlies. In HY10 namen de volumes met 3,0% af. De Bud Light-familie bleef sterke volumeresultaten neerzetten met een groei met dubbele cijfers ondanks de moeilijke vergelijkbare basis voor Bud Light Lime gezien de succesvolle lancering van het merk in mei 2009.

De opbrengsten per hl in Noord-Amerika stegen met 1,8% in 2Q10 en met 1,5% in HY10. In de Verenigde Staten kenden de genormaliseerde opbrengsten per hl exclusief de niet-bier-

Brussel, 12 augustus 2010 – 9 / 25

activiteiten een groei met 2,8% met een verbeterde trend inzake merkenmix tegenover 4Q09. De merkenmix weerspiegelt een tragere groei van de sub-luxebieren en een sterke groei van de luxebieren en lichte bieren, geleid door innovaties zoals Select 55 en Michelob Ultra alsook onze Europese importbieren. Door verdere verhogingen van de efficiëntie van de brouwactiviteiten kon de Kostprijs Verkochte Goederen verder omlaag gebracht worden. De bedrijfskosten daalden in 2Q10 wegens lagere administratiekosten ten gevolge van besparingen op de vaste kosten en lagere distributiekosten ten gevolge van lagere brandstofprijzen.

Scopes: De EBITDA omvat een negatief scope-effect van 240 miljoen USD in Noord-Amerika die gerelateerd is aan winst uit hoofde van inperking of beëindiging van een regeling in 2Q09 die als een positieve scope gerapporteerd werd in FY09.

De EBITDA steeg met 3,7% in 2Q10 doordat lagere volumes en opbrengsten gecompenseerd werden door de realisatie van synergieën en verhogingen van de operationele efficiëntie. De EBITDA steeg met 0,1% in HY10 met een margeverbetering met 153 basispunten tot 41,2%.

Latijs-Amerika Noord (LAN)

In LAN hebben we in 2Q10 een sterke volumegroei van 11,9% gerealiseerd, waarbij de biervolumes met 13,1% stegen en het volume frisdranken met 8,8% toenam. In HY10 stegen de volumes in de Zone met 12,8%, waarbij het volume bieren een groei van 14,4% kende en het volume frisdranken met 8,8% toenam.

In **Brazilië** steeg het biervolume met 13,7% in 2Q10 en met 14,9% in HY10 ten gevolge van groei van de industrie binnen het kader van een robuuste macro-economische omgeving alsook ten gevolge van marktaandeelwinsten. Het marktaandeel in Brazilië bedroeg 69,9% in HY10 tegenover 67,6% in HY09; innovaties vertegenwoordigden een aanzienlijk deel van de volumes. Het volume frisdranken steeg met 9,3% in 2Q10 en met 9,2% in HY10, voornamelijk ten gevolge van de groei van de industrie.

De opbrengsten per hl in LAN stegen met 5,6% in 2Q10 en met 5,8% in HY10. De Kostprijs Verkochte Goederen per hectoliter steeg met 17,7% in 2Q10 wegens de hogere suikerprijzen met impact op de frisdrankactiviteiten, hogere verpakkingskosten, vooral ten gevolge van de geïmporteerde blikjes in Brazilië, en effecten van het afdekken van valutarisico's.

De EBITDA voor 2Q10 steeg met 10,3% tot 928 miljoen USD terwijl de marge met 296 basispunten daalde tot 43,1% ten gevolge van extra investeringen in onze FIFA World Cup-initiatieven en innovaties alsook ten gevolge van een hogere Kostprijs Verkochte Goederen, die gedeeltelijk gecompenseerd werd door activiteiten op korte termijn inzake opbrengstenbeheer. In HY10 bedroeg de EBITDA 2 075 miljoen USD, een verbetering met 14,6%, maar de marge daalde met 182 basispunten tot 45,7%, vooral ten gevolge van meer ondersteuning op het vlak van verkoop en marketing.

Brussel, 12 augustus 2010 – 10 / 25

Latijns-Amerika Zuid (LAS)

In Latijns-Amerika Zuid namen de volumes in 2Q10 toe met 2,2%, waarbij het volume bieren met 5,4% steeg en de eerste tekenen van herstel waargenomen werden doorheen de regio. In HY10 groeide het volume bieren met 2,7%. Het volume frisdranken daalde met 2,2% in 2Q10 en met 6,9% in HY10 wegens een verdere inkrimping van de markt en een moeilijke vergelijkende basis jaar op jaar.

In **Argentinië** steeg het volume bieren in 2Q10 met 2,5% vooral dankzij het herstel van de sector. Het segment van de luxebieren bleef toenemen en Stella Artois verstevigde haar leidersplaats met een groei van bijna 10%.

LAS realiseerde een EBITDA-groei van 6,9% tot 170 miljoen USD in 2Q10 dankzij de positieve impact van een sterke opbrengstengroei die gedeeltelijk teniet gedaan werd door hogere verkoop- en marketinginvesteringen in onze belangrijkste merken Stella Artois en Quilmes, voornamelijk tijdens de FIFA World Cup. De EBITDA-marge daalde met 167 basispunten tot 42,0%. De EBITDA voor HY10 bedroeg 451 miljoen USD, een stijging met 11,4%.

West-Europa (WE)

In 2Q10 steeg het volume eigen bieren met 2,6% terwijl het totale volume, inclusief volumes in onderaanneming, een groei van 1,2% kende. In HY10 nam het volume eigen bieren met 1,0% toe, terwijl het totale volume van de Zone daalde met 0,5%.

Het volume eigen bieren in **België** groeide 0,4% in 2Q10, vooral onder impuls van het merk Jupiler, maar nam 4,0% af in HY10, waarbij de daling in het eerste kwartaal vooral te wijten was aan verstoringen van de handel in januari ten gevolge van vakbondsacties. In **Duitsland** is het volume eigen bieren met 12,9% gedaald in 2Q10 en met 9,8% in HY10, voornamelijk wegens de uitdagende marktomstandigheden en de agressieve concurrentie, in het bijzonder in de sector van de grootdistributie. In het **Verenigd Koninkrijk** is ons volume eigen bieren met 18,6% gestegen in 2Q10 en met 11,4% in HY10. Budweiser deed het bijzonder goed en ondervond een positief effect van de sponsoring van de FIFA World Cup en de daarmee gepaard gaande campagnes en promoties, waardoor het merk goede resultaten boekt heeft binnen de horeca alsook binnen de grootdistributie.

De EBITDA daalde in 2Q10 met 3,2% tot 349 miljoen USD en de marge nam 114 basispunten af tot 31,0%. Lagere administratiekosten en een lagere Kostprijs Verkochte Goederen compenseerden de aanzienlijk hogere investeringen in onze merken tijdens de FIFA World Cup en de ongunstige regionale en merkenmix, wat een negatief effect had op de opbrengsten per hl. De EBITDA voor HY10 steeg met 6,2% tot 539 miljoen USD met een marge van 27,3%, een verbetering met 187 basispunten.

Brussel, 12 augustus 2010 – 11 / 25

Centraal- en Oost-Europa (CEE)

De volumes in CEE daalden met 1,2% in 2Q10 en met 6,4% in HY10.

In **Rusland** daalden de volumes met 1,1% in 2Q10, een sequentiële verbetering tegenover 1Q10. In mei werd Bud net voor de FIFA World Cup op de markt gelanceerd met nationale marketingondersteuning, waaronder televisiespots en internetreclame. De eerste resultaten zijn bemoedigend. In HY10 daalden de volumes in Rusland met 6,4%. De accijnsverhoging van 1 januari 2010 was volledig doorgevoerd tegen het eind van het tweede kwartaal. Bijgevolg zijn de opbrengsten per hectoliter aanzienlijk beter dan in het voorgaande kwartaal. In **Oekraïne** daalde het volume bieren met 1,2% in 2Q10 en met 6,2% in HY10 in een competitieve markt.

De EBITDA voor 2Q10 daalde met 8,5% tot 121 miljoen USD in 2Q10. Deze daling is vooral te wijten aan hogere investeringen in onze belangrijkste merken, waaronder ondersteuning voor de lancering van Bud in Rusland, geleidelijke accijnsgerelateerde prijsverhogingen en inflatie van de mediakosten in Oekraïne. De EBITDA voor HY10 bedroeg 129 miljoen USD, een daling met 34,4%. Deze daling is vooral te wijten aan de zwakke resultaten voor 1Q10 na de accijnsverhoging in Rusland.

Azië (APAC)

China kende een volumegroei met 2,3% in 2Q10, aangezien de oostelijke provincies getroffen werden door koudere temperaturen en zware regen. De belangrijkste merken groeiden met 14,4% in 2Q10, met als sterkste groeiers Budweiser en Harbin. Beide merken ondervonden een positieve impact van de sponsoringactiviteiten voor de FIFA World Cup. De lokale inspanningen van Harbin kwamen aan bod in de nationale media, wat de expansie van het merk in de oostelijke gebieden bevordert heeft. De volumes groeiden met 3,5% in HY10.

De EBITDA voor 2Q10 daalde met 23,5% tot 53 miljoen USD. Deze daling was voornamelijk te wijten aan hogere verkoop- en marketingkosten voor Harbin en Budweiser tijdens de FIFA World Cup en de verdere expansie van deze merken naar nieuwe gebieden. De EBITDA voor HY10 daalde met 0,4% tot 114 miljoen USD, waarbij de hogere commerciële uitgaven in 2Q10 gecompenseerd werden door de sterke resultaten in 1Q10.

Globale Export en Holdingmaatschappijen (GEHC)

GEHC kende een EBITDA-groei van 62 miljoen USD in 2Q10. De EBITDA voor HY10 bedroeg – 23 miljoen USD, een verbetering met 76 miljoen USD vergeleken met HY09.

PERSBERICHT

Brussel, 12 augustus 2010 – 12 / 25



GECONSOLIDEERDE RESULTATENREKENING

Tabel 3. Geconsolideerde resultatenrekening (miljoen usd)

	2Q09 Gerapporteerd	2Q09 Referentie- basis	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	2Q10	Interne groei
Opbrengsten	9 501	8 459	-35	403	346	9 174	4.1%
Kostprijs verkochte goederen	-4 383	-3 830	-46	-122	-114	-4 112	-2.9%
Brutowinst	5 118	4 629	-81	282	233	5 062	5.1%
Distributiekosten	-675	-626	0	-45	-46	-719	-7.4%
Verkoop- en marketingkosten	-1 228	-1 096	22	-52	-108	-1 234	-10.0%
Administratieve kosten	-587	-559	-19	-15	102	-491	17.6%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	274	269	-161	10	4	122	3.3%
Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige opbrengsten/kosten	2 901	2 617	-240	179	184	2 740	7.7%
Eenmalige opbrengsten/kosten boven EBIT	-43					-136	
Netto financiële kosten	-1 152					-519	
Eenmalige netto financiële kosten	0					-253	
Aandeel in het resultaat van geassocieerde ondernemingen	123					138	
Belastingen	-478					-470	
Winst	1 351					1 501	
toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen- vermogensinstrumenten	1 071					1 149	
toerekenbaar aan minderheidsbelangen	279					352	
Genormaliseerde EBITDA	3 596	3 229	-240	199	167	3 354	5.6%
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen- vermogensinstrumenten	1 134					1 440	

PERSBERICHT

Brussel, 12 augustus 2010 – 13 / 25



	HY09 Gerapporteerd	HY09 Referentie- basis	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	HY10	Interne groei
Opbrengsten	17 698	16 027	-57	1 040	490	17 501	3.1%
Kostprijs verkochte goederen	-8 390	-7 389	-44	-329	-68	-7 830	-0.9%
Brutowinst	9 308	8 638	-101	711	423	9 671	5.0%
Distributiekosten	-1 276	-1 189	-1	-118	-66	-1 375	-5.6%
Verkoop- en marketingkosten	-2 271	-2 059	42	-130	-153	-2 300	-7.6%
Administratieve kosten	-1 090	-1 038	-19	-57	119	-994	11.3%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	350	343	-158	23	-1	208	-0.4%
Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige opbrengsten/kosten	5 021	4 695	-237	430	322	5 210	7.2%
Eenmalige opbrengsten/kosten boven EBIT	-93					-182	
Netto financiële kosten	-1 993					-1 419	
Eenmalige netto financiële kosten	0					-672	
Aandeel in het resultaat van geassocieerde ondernemingen	228					233	
Belastingen	-820					-825	
Winst	2 343					2 345	
toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen- vermogensinstrumenten	1 787					1 624	
toerekenbaar aan minderheidsbelangen	556					721	
Genormaliseerde EBITDA	6 383	5 886	-237	488	303	6 440	5.4%
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen- vermogensinstrumenten	1 918					2 331	

Opbrengsten

De geconsolideerde opbrengsten stegen in 2Q10 met 4,1%, of met 1,5% per hl, en in HY10 met 3,1%, of met 1,3% per hl. Dit weerspiegelt een positief momentum voor de opbrengsten en een verbeterde merkenmix in de Verenigde Staten. Bij een constante geografische basis, d.i. exclusief de impact van de sterkere volumegroei van landen met lagere opbrengsten per hl, zou de opbrengst per hl met 2,8% gestegen zijn voor 2Q10 en met 2,7% voor HY10.

Kostprijs Verkochte Goederen (KVG)

De Kostprijs Verkochte Goederen (KVG) steeg met 2,9% in 2Q10 en daalde met 0,3% per hl. Bij een constante geografische basis steeg de KVG per hl in 2Q10 met 1,1%; dit weerspiegelt hogere effecten van het afdekken van valutarisico's en hogere grondstof- en verpakkingskosten in Latijns-Amerika Noord en Zuid, die de in Noord-Amerika gerealiseerde besparingen op het vlak van aankoopactiviteiten en besparingen door synergieën teniet deden. In HY10 steeg de KVG met 0,9% en daalde met 1,3% per hl. Bij een constante geografische basis zou de KVG per hl voor HY10 met 0,8% gestegen zijn.

Bedrijfskosten

De bedrijfskosten stegen met 2,3% in 2Q10 en met 2,5% in HY10:

- **De distributiekosten** stegen met 7,4% in 2Q10 en met 5,6% in HY10 doordat hogere transportkosten in Latijns-Amerika Noord en Azië binnen het kader van de geografische expansie de in de Verenigde Staten gerealiseerde synergieën en daling van distributiekosten voor atypische leveringen teniet deden.

Brussel, 12 augustus 2010 – 14 / 25

- **De verkoop- en marketinginvesteringen** stegen met 10,0% in 2Q10 en met 7,6% in HY10, waarbij de extra investeringen in onze merken en sponsoringactiviteiten tijdens de FIFA World Cup gedeeltelijk gecompenseerd werden door dalingen van het niet-verkoopgerelateerd kapitaal in Noord-Amerika.
- **De administratieve kosten** daalden met 17,6% in 2Q10 en met 11,3% in HY10 dankzij goed beheer van de vaste kosten en lagere voorzieningen voor variabele compensatie.
- **De overige bedrijfsopbrengsten** stegen in 2Q10 met 3,3% tot 122 miljoen USD en daalden in HY10 met 0,4% tot 208 miljoen USD.

Eenmalige opbrengsten en kosten boven EBIT

Het genormaliseerd bedrijfsresultaat is exclusief -136 miljoen USD aan eenmalige opbrengsten en kosten in 2Q10 en -182 miljoen USD aan eenmalige opbrengsten en kosten in HY10, die vooral gerelateerd zijn aan organisatorische optimalisaties en uitbesteding van activiteiten in Noord-Amerika en West-Europa. Een gedetailleerd overzicht van de eenmalige opbrengsten en kosten wordt hieronder gegeven in Tabel 4:

Tabel 4. Eenmalige opbrengsten/(kosten) boven EBIT (miljoen USD)

	2Q09 Gerapporteerd	2Q10 Gerapporteerd	HY09 Gerapporteerd	HY10
Herstructurering (inclusief bijzondere waardeverminderingen)	-48	-86	-140	-181
Verkoop van activiteiten en activa (inclusief bijzondere waardeverminderingen)	5	-50	47	-1
Impact op bedrijfsresultaat	- 43	- 136	- 93	- 182

Netto financiële kosten

De netto financiële kosten bedroegen 519 miljoen USD in 2Q10 vergeleken met 1 152 miljoen USD in 2Q09 op gerapporteerde basis, en 1 419 miljoen USD in HY10 vergeleken met 1 993 miljoen USD in HY09 op gerapporteerde basis. Deze daling is vooral te wijten aan lagere netto interestkosten dankzij een verbeterde schuldpositie en lagere periodotoerekeningskosten doordat bankleningen afnemen als een percentage van de totale schuld.

Bovendien werd, na de herfinanciering en terugbetaling van de senior faciliteiten van 2008 in HY10, de USD de munteenheid van de belangrijkste economische omgeving waarin één van onze holdingmaatschappijen actief is. Ten gevolge van deze schuldherschikking werd de euro als functionele munteenheid van die holdingmaatschappij in 2Q10 vervangen door de US dollar, met boekhoudkundig effect vanaf 1 januari 2010. Bijgevolg werd het non-cash verlies uit 1Q10 gedeeltelijk ongedaan gemaakt in 2Q10.

De belangrijkste netto financiële kosten worden hieronder weergegeven in Tabel 5. Zie Toelichting 8 bij het Halfjaarlijks Verslag 2010 voor meer informatie.

De eenmalige netto financiële kosten ten belope van 253 miljoen USD in 2Q10 waren het gevolg van de terugbetaling en herfinanciering van de senior faciliteiten van 2008. De eenmalige netto financiële kosten omvatten bijkomende periodotoerekeningskosten ten belope van 161 miljoen USD in 2Q10 en 190 miljoen USD in HY10 en een eenmalige

Brussel, 12 augustus 2010 – 15 / 25

aanpassing aan reële waarde ten bedrage van 92 miljoen USD in 2Q10 en 482 miljoen USD in HY10 aangezien bepaalde interestswaps die onze senior faciliteiten van 2008 afdekken niet langer effectief zijn als het gevolg van de uitgevoerde herfinanciering en terugbetalingen. Hoewel de periodetoerekeningskosten een non-cash element zijn, zal het kasequivalent van de negatieve aanpassing aan reële waarde zich realiseren in 2010 en 2011.

Tabel 5. Netto financiële kosten (miljoen USD)

	2Q09 Gerapporteerd	2Q10	HY09 Gerapporteerd	HY10
Netto-interestkosten	- 891	- 673	-1 731	-1 385
Periode toerekeningkosten	-108	- 37	-208	-78
Overige financiële resultaten	-153	191	-54	44
Netto financiële kosten	-1 152	- 519	-1 993	-1 419
Aanpassing aan reële marktwaarde	-	- 92	-	-482
Versnelde periode toerekeningskosten	-	- 161	-	-190
Eenmalige netto financiële kosten	-	-253	-	-672
	-1 152	- 772	-1 993	-2 091

Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen

Het aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen bedroeg 138 miljoen USD in 2Q10 vergeleken met 123 miljoen USD in 2Q09, en 233 miljoen USD in HY10 vergeleken met 228 miljoen USD in HY09, ten gevolge van het resultaat van Grupo Modelo in Mexico.

Belastingen

De belastingen bedroegen 470 miljoen USD met een effectieve aanslagvoet van 25,6% in 2Q10, tegenover 478 miljoen USD met een effectieve aanslagvoet van 28,0% in 2Q09. Zonder het effect van eenmalige kosten en opbrengsten zou de genormaliseerde effectieve aanslagvoet 25,4% bedragen hebben in 2Q10 tegenover 26,1% in 2Q09.

De belastingen bedroegen 825 miljoen USD in HY10 tegenover 820 miljoen USD in HY09. De stijging van de effectieve aanslagvoet van 27,9% in HY09 tot 28,1% in HY10 is vooral te wijten aan de niet-afrekbaarheid van bepaalde eenmalige kosten in verband met de herfinanciering van de senior faciliteiten van 2008. Zonder het effect van eenmalige elementen zou de genormaliseerde effectieve aanslagvoet 25,3% bedragen hebben in HY10 tegenover 26,9% in HY09. De onderneming blijft op het niveau van AmBev de positieve effecten ondervinden van het voordeel inzake notionele interestaftrek en de afrekbaarheid van goodwill ten gevolge van de fusie tussen InBev Holding Brazil en AmBev in 2005 en de acquisitie van Quinsa in 2006.

Winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen

De winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen bedroeg 352 miljoen USD in 2Q10, een stijging tegenover 279 miljoen USD in 2Q09, en 721 miljoen USD in HY10, een stijging tegenover 556 miljoen USD in HY09, ten gevolge van sterke resultaten van AmBev en wisselkoerseffecten.

Genormaliseerde winst

De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van Anheuser-Busch InBev bedroeg 1 440 miljoen USD in 2Q10 vergeleken met 1 134 miljoen USD in 2Q09, en 2 331 miljoen USD in HY10 vergeleken met 1 918 miljoen USD in HY09.

Genormaliseerde winst per aandeel

De genormaliseerde WPA voor 2Q10 bedroeg 0,90 USD tegenover 0,72 USD in 2Q09. De genormaliseerde WPA voor HY10 bedroeg 1,46 USD tegenover 1,21 USD in HY09. In Tabel 6 worden de genormaliseerde WPA en de basis WPA met elkaar vergeleken:

Tabel 6. Winst per aandeel

	2Q09	2Q10	HY09	HY10
	Gerapporteerd		Gerapporteerd	
Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten) (usd)	0.72	0.90	1.21	1.46
Eenmalige opbrengsten en kosten, na belastingen, toerekenbaar aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten, per aandeel	-0.04	-0.05	-0.08	-0.05
Eenmalige financiële kosten, na belastingen, toerekenbaar aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten, per aandeel	-	-0.13	-	-0.39
Gewone winst per aandeel (usd)	0.68	0.72	1.13	1.02

Reconciliatie van genormaliseerde EBITDA en winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten

De genormaliseerde EBITDA en de genormaliseerde EBIT zijn maatstaven die door Anheuser-Busch InBev gebruikt worden om de onderliggende prestaties van het bedrijf aan te tonen.

De genormaliseerde EBITDA wordt berekend zonder rekening te houden met onderstaande effecten op de winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van Anheuser-Busch InBev: (i) Minderheidsbelangen, (ii) Belastingen, (ii) Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen, (iv) Netto financiële kosten, (v) Eenmalige netto financiële kosten, (vi) Eenmalige opbrengsten en kosten boven EBIT; en (vii) Afschrijvingen en bijzondere waardeverminderingen.

Genormaliseerde EBITDA en genormaliseerde EBIT zijn geen boekhoudkundige maatstaven binnen IFRS en mogen niet als een alternatief gezien worden voor de winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten als een maatstaf voor bedrijfsprestaties of een alternatief voor de kasstroom als een maatstaf voor liquiditeit. Er bestaat geen vaste berekeningsmethode voor genormaliseerde EBITDA en EBIT en de definitie die Anheuser-Busch InBev voor genormaliseerde EBITDA en genormaliseerde EBIT hanteert, kan afwijken van de definitie die gebruikt wordt door andere bedrijven.

PERSBERICHT

Brussel, 12 augustus 2010 – 17 / 25



Tabel 7. Reconciliatie van genormaliseerde EBITDA en winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten (miljoen USD)

	2Q09 Gerapporteerd	2Q10	HY09 Gerapporteerd	HY10
Winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 071	1 149	1 787	1 624
Minderheidsbelangen	279	352	556	721
Winst	1 351	1 501	2 343	2 345
Belastingen	478	470	820	825
Aandeel in het resultaat van geassocieerde ondernemingen	- 123	- 138	- 228	- 233
Eenmalige netto financiële kosten	-	253	-	672
Netto financiële kosten	1 152	519	1 993	1 419
Eenmalige opbrengsten en kosten boven EBIT (inclusief bijzondere waardeverminderingen)	43	136	93	182
Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige opbrengsten/kosten	2 901	2 740	5 021	5 210
Afschrijvingen en bijzondere waardeverminderingen	696	614	1 362	1 230
Genormaliseerde EBITDA	3 596	3 354	6 383	6 440

FINANCIËLE POSITIE

Tabel 8: Geconsolideerd kasstroomoverzicht (miljoen USD)

	HY09 Gerapporteerd	HY10
Operationele activiteiten		
Winst	2 343	2 345
Interesten, belastingen en niet-kaselementen opgenomen in de winst		
	4 059	4 381
Bedrijfskasstroom vóór wijziging in bedrijfskapitaal en gebruik van voorzieningen	6 402	6 726
Veranderingen in bedrijfskapitaal	- 45	- 573
Pensioenbijdragen en gebruik van voorzieningen	- 279	- 287
(Betaalde)/ontvangen interessen en belastingen	-1 011	-2 101
Ontvangen dividenden	-	368
Netto kasstroom uit operationele activiteiten	5 067	4 133
Investeringsactiviteiten		
Netto investeringsuitgaven	- 508	- 692
Verwerving en verkoop van dochterondernemingen, na aftrek van verworven/afgestane liquide middelen en aankoop van minderheidsbelangen		
	- 533	20
Ontvangsten uit de verkoop van geassocieerde deelnemingen en activa aangehouden voor verkoop	932	19
Overige	266	18
Netto kasstroom uit investeringsactiviteiten	157	- 635
Financieringsactiviteiten		
Uitgekeerde dividenden	- 673	-1 031
Netto (terugbetalingen)/opnames van leningen	- 942	-1 340
Netto ontvangsten uit de uitgifte van aandelen	33	34
Overige	130	- 264
Netto kasstroom uit financieringsactiviteiten	-1 452	-2 601
Netto toename/(afname) van de liquide middelen	3 772	897

Brussel, 12 augustus 2010 – 18 / 25

De bedrijfskasstroom vóór wijzigingen in bedrijfskapitaal en gebruik van voorzieningen steeg van 6 402 miljoen USD in HY09 naar 6 726 miljoen USD in HY10, vooral ten gevolge van de hogere EBITDA.

De netto kasstroom uit operationele activiteiten daalde echter van 5 067 miljoen USD in HY09 naar 4 133 miljoen USD in HY10. De daling is vooral te wijten aan:

- Hogere interesten en betaalde belastingen, vooral gerelateerd aan het tijdstip van de betalingen.
- Hogere werkkapitaalniveaus vergeleken met eind 2009, deels door seizoengebondenheid. Daarnaast kende de periode van 6 maanden eindigend in juni 2009 een verbetering van het werkkapitaal vergeleken met eind 2008 ten gevolge van initiatieven op vlak van het werkkapitaal in 2009.

De netto kasstroom uit investeringsactiviteiten daalde van 157 miljoen USD naar -635 miljoen USD, voornamelijk wegens de verkoop van Tsingtao en andere activa in HY09.

De netto kasstroom uit financieringsactiviteiten bedroeg -2 601 miljoen USD in HY10 vergeleken met -1 452 miljoen USD in HY09, vooral ten gevolge van hogere dividendbetalingen en terugbetaalde bankfaciliteiten.

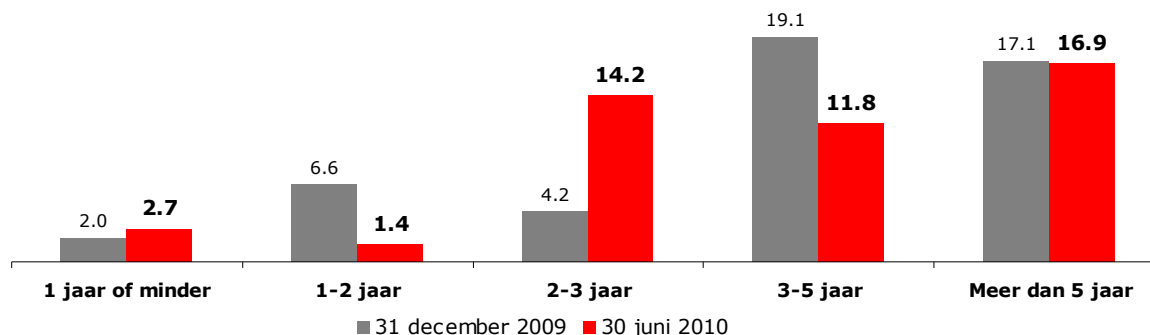
Afbouw van de schuldpositie en schuldlooptijden

Op 30 juni 2010 bedroeg de nettoschuld 42,1 miljard USD, een daling met 3 miljard USD in de loop van HY10. De verhouding tussen de nettoschuld en EBITDA bedroeg 3,3 voor de periode van 12 maanden eindigend op 30 juni 2010 (met juli tot december 2009 op referentiebasis) tegenover 3,7 op 31 december 2009.

Op 30 juni 2010 bedroeg de totale liquiditeit van Anheuser-Busch InBev 10,5 miljard USD met 5,9 miljard USD aan beschikbare vastgelegde kredietfaciliteiten en 4,5 miljard USD aan niet aan restricties onderhevige kasmiddelen en kasequivalenten.

Dankzij de uitgifte van obligaties en 17,2 miljard USD aan bankfinanciering in HY10 konden we het looptijdprofiel van onze schulden verder verbeteren, zoals aangegeven in Tabel 9:

Tabel 9. Termijnen en terugbetalingsschema (miljard USD)



RECENTE GEBEURTENISSEN

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. overeenkomstig de arbitrageregels van de Commissie van de Verenigde Naties inzake Internationaal Handelsrecht. Het arbitrageverzoekschrift stelde dat de transactie tussen Anheuser-Busch en InBev in strijd was met de bepalingen van de investeringsovereenkomst 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.

Op 9 juli 2010 oordeelde een arbitragepanel dat de combinatie van Anheuser-Busch en InBev niet strijdig is met de investeringsovereenkomst tussen entiteiten van Anheuser-Busch en Grupo Modelo. Het panel kende geen schadevergoeding of andere vorm van verhaal toe.

De in tabel 3 tot 7 vermelde financiële gegevens voor het eerste halfjaar van 2010 (HY10) zijn ontleend aan de niet-geauditeerde verkorte geconsolideerde tussentijdse financiële staten van de groep op datum van en voor de periode van 6 maanden eindigend op 30 juni 2010 op dewelke een beperkt nazicht werd uitgevoerd door onze commissaris PricewaterhouseCoopers Bedrijfsrevisoren BCVBA overeenkomstig zowel de Internationale Standaarden betreffende opdrachten met beperkt nazicht ISRE 2410 alsook de Standaarden van de 'Public Company Accounting Oversight Board (United States)'. De conclusie van de commissaris luidt dat er op basis van zijn beperkt nazicht niets onder zijn aandacht gekomen is dat hem doet aannemen dat deze tussentijdse financiële staten, in alle materiële opzichten, niet opgesteld zouden zijn in overeenstemming met IAS 34 'Tussentijdse Financiële Verslaggeving' zoals gepubliceerd door het IASB en zoals goedgekeurd door de Europese Gemeenschap.

PERSBERICHT



Brussel, 12 augustus 2010 – 20 / 25

Bijlagen

- Bijlage 1: Segmentinformatie tweede kwartaal 2010 (2Q10)
- Bijlage 2: Segmentinformatie half jaar 2010 (HY10)

Agenda voor 12 augustus 2010

- Telefonische conferentie inzake resultaten HY10 voor beleggers
15u00 CET / 14u00 BST / 9u00 EST - voor alle details betreffende de inschrijving, zie
http://www.ab-inbev.com/go/investors/events_calendar/HY10_results.cfm;

Disclaimer:

Dit persbericht bevat bepaalde toekomstgerichte verklaringen die de huidige vooruitzichten van het management van Anheuser-Busch InBev weerspiegelen met betrekking tot, onder andere, Anheuser-Busch InBevs strategische doelstellingen, bedrijfsverwachtingen, haar toekomstige financiële toestand, budgetten, geschatte productieniveaus, geschatte kosten en geschatte niveaus van inkomsten en winst, en de synergieën die ze in staat is te realiseren. Deze verklaringen houden risico's en onzekerheden in. De mogelijkheid van Anheuser-Busch InBev om deze doelstellingen te bereiken hangt af van vele factoren, waarvan sommige buiten de controle van het management liggen. In sommige gevallen wordt gebruik gemaakt van bepaalde woorden zoals 'geloven', 'bedoelen', 'verwachten', 'veronderstellen', 'plannen', 'beogen', 'zullen' en gelijkaardige uitdrukkingen om toekomstgerichte verklaringen te identificeren. Alle verklaringen, behalve deze over historische feiten, zijn toekomstgerichte verklaringen. U mag niet overmatig vertrouwen op deze toekomstgerichte verklaringen. Van nature houden toekomstgerichte verklaringen risico's en onzekerheden in, omdat zij Anheuser-Busch InBevs huidige verwachtingen en veronderstellingen met betrekking tot toekomstige gebeurtenissen en omstandigheden weerspiegelen, die achteraf onjuist kunnen blijken. De daadwerkelijke resultaten kunnen om verscheidene redenen in belangrijke mate verschillen van deze vooropgesteld in de toekomstgerichte verklaringen, onder andere de risico's die beschreven worden onder Item 3.D van Anheuser-Busch InBevs registratieverklaring op formulier 20-F ingediend bij de US Securities and Exchange Commission op 15 april 2010. Anheuser-Busch InBev kan u niet waarborgen dat de toekomstige resultaten, activiteitsniveaus, prestaties of verwezenlijkingen van Anheuser-Busch InBev aan de verwachtingen weergegeven in de toekomstgerichte verklaringen zullen voldoen. Anheuser-Busch InBev wijst elke verplichting om deze verklaringen na publicatie van dit persbericht bij te werken van de hand.

PERSBERICHT



Brussel, 12 augustus 2010 – 21 / 25

Over Anheuser-Busch InBev

Anheuser-Busch InBev is een beursgenoteerd bedrijf (Euronext: ABI) met hoofdzetel in Leuven, België, en een tweede notering op de New York Stock Exchange (NYSE: BUD) via American Depositary Receipts. Het bedrijf is de wereldwijde leidinggevende brouwer en behoort tot 's werelds top vijf van bedrijven actief in consumptiegoederen. Anheuser-Busch InBev, een verkoopgerichte organisatie waar de consument werkelijk centraal staat, beheert een portfolio van meer dan 200 biermerken, waaronder de wereldwijde toonaangevende merken Budweiser, Stella Artois en Beck's, snelgroeiende multilandenmerken zoals Leffe en Hoegaarden en sterke "lokale kampioenen" zoals Bud Light, Skol, Brahma, Quilmes, Michelob, Harbin, Sedrin, Klinskoye, Sibirsкая 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, België, en naar de pioniersgeest van de Anheuser & Co brouwerij, gevestigd in St. Louis in de Verenigde Staten, die terug gaat tot 1852. Anheuser-Busch InBev is geografisch gediversifieerd met een evenwichtige blootstelling aan ontwikkelde markten en groeiemarkten en benut de collectieve sterkte van haar 116 000 medewerkers, die in vestigingen in 23 landen wereldwijd tewerk gesteld worden. Het doel van de onderneming is het Beste Bierbedrijf in een Betere Wereld te zijn. In 2009 realiseerde de onderneming 36,8 miljard USD aan opbrengsten. Bezoek voor meer informatie onze website: www.ab-inbev.com.

Contactpersonen Anheuser-Busch InBev:

Media

Marianne Amssoms

Tel: +1-212-573-9281

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

Karen Couck

Tel: +32-16-27-69-65

E-mail: karen.couck@ab-inbev.com

Investeerders

Robert Ottenstein

Tel: +1-212-573-4365

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

Thelke Gerdes

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

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

PERSBERICHT

Brussel, 12 augustus 2010 – 22 / 25



Bijlage 1

AB InBev wereldwijd	2Q09 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	2Q10	Interne groei
Volumes (duizend hls)	98 278	278	-	2 055	100 611	2.1%
Waarvan eigen merkbieren	86 937	420	-	1 717	89 074	2.0%
Opbrengsten	8 459	-35	403	346	9 174	4.1%
Kostprijs verkochte goederen	-3 830	-46	-122	-114	-4 112	-2.9%
Brutowinst	4 629	-81	282	233	5 062	5.1%
Distributiekosten	-626	0	-45	-46	-719	-7.4%
Verkoop- en marketingkosten	-1 096	22	-52	-108	-1 234	-10.0%
Administratieve kosten	-559	-19	-15	102	-491	17.6%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	269	-161	10	4	122	3.3%
Genormaliseerde EBIT	2 617	-240	179	184	2 740	7.7%
Genormaliseerde EBITDA	3 229	-240	199	167	3 354	5.6%
Genormaliseerde EBITDA marge	38.2%				36.6%	50 bp

Noord-Amerika	2Q09 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	2Q10	Interne groei
Volumes (duizend hls)	35 641	0	-	-1 206	34 435	-3.4%
Opbrengsten	4 101	-13	87	-70	4 104	-1.7%
Kostprijs verkochte goederen	-1 870	-55	-22	95	-1 852	4.9%
Brutowinst	2 231	-68	65	25	2 252	1.2%
Distributiekosten	-215	0	-14	18	-211	8.5%
Verkoop- en marketingkosten	-410	0	-10	16	-404	4.0%
Administratieve kosten	-144	-19	-3	26	-140	16.1%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	183	-161	0	-8	14	-34.8%
Genormaliseerde EBIT	1 645	-249	38	78	1 513	5.6%
Genormaliseerde EBITDA	1 882	-249	42	60	1 735	3.7%
Genormaliseerde EBITDA marge	45.9%				42.3%	218 bp

Latijns-Amerika Noord	2Q09 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	2Q10	Interne groei
Volumes (duizend hls)	24 078	0	-	2 859	26 938	11.9%
Opbrengsten	1 555	0	317	282	2 154	18.1%
Kostprijs verkochte goederen	-482	0	-97	-153	-732	-31.7%
Brutowinst	1 073	0	220	129	1 422	12.0%
Distributiekosten	-161	0	-32	-56	-249	-34.9%
Verkoop- en marketingkosten	-231	0	-40	-30	-300	-12.8%
Administratieve kosten	-132	0	-17	16	-133	12.1%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	50	0	10	2	62	4.3%
Genormaliseerde EBIT	599	0	141	61	802	10.2%
Genormaliseerde EBITDA	698	0	158	72	928	10.3%
Genormaliseerde EBITDA marge	44.9%				43.1%	-296 bp

Latijns-Amerika Zuid	2Q09 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	2Q10	Interne groei
Volumes (duizend hls)	6 627	0	-	145	6 772	2.2%
Opbrengsten	376	0	-13	42	404	11.1%
Kostprijs verkochte goederen	-158	0	7	-24	-175	-15.2%
Brutowinst	218	0	-6	18	229	8.2%
Distributiekosten	-36	0	1	0	-35	-0.5%
Verkoop- en marketingkosten	-38	0	1	-14	-50	-37.4%
Administratieve kosten	-21	0	0	5	-15	24.8%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	4	0	0	-2	2	-51.1%
Genormaliseerde EBIT	128	0	-4	6	131	4.9%
Genormaliseerde EBITDA	163	0	-5	11	170	6.9%
Genormaliseerde EBITDA marge	43.5%				42.0%	-167 bp

PERSBERICHT

Brussel, 12 augustus 2010 – 23 / 25



Bijlage 1

West-Europa	2Q09 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	2Q10	Interne groei
Volumes (duizend hls)	8 902	207	-	109	9 218	1.2%
Waarvan eigen merkbieren	7 981	207	-	211	8 400	2.6%
Opbrengsten	1 153	-6	-25	4	1 126	0.4%
Kostprijs verkochte goederen	-526	0	11	10	-505	2.0%
Brutowinst	627	-6	-14	15	621	2.4%
Distributiekosten	-107	0	3	-1	-105	-0.8%
Verkoop- en marketingkosten	-173	6	6	-42	-203	-25.2%
Administratieve kosten	-98	0	3	28	-68	28.1%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	25	0	0	-8	17	-30.9%
Genormaliseerde EBIT	273	0	-2	-8	263	-3.0%
Genormaliseerde EBITDA	366	0	-6	-12	349	-3.2%
Genormaliseerde EBITDA marge	31.7%				31.0%	-114 bp

Centraal- en Oost-Europa	2Q09 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	2Q10	Interne groei
Volumes (duizend hls)	8 440	-241	-	-96	8 103	-1.2%
Opbrengsten	466	0	36	2	505	0.5%
Kostprijs verkochte goederen	-226	0	-16	-10	-253	-4.6%
Brutowinst	240	0	20	-8	252	-3.4%
Distributiekosten	-46	0	-4	-4	-54	-7.6%
Verkoop- en marketingkosten	-85	0	-9	-11	-104	-12.4%
Administratieve kosten	-40	0	-1	17	-25	41.2%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	0	0	0	1	1	-
Genormaliseerde EBIT	68	0	6	-5	70	-6.6%
Genormaliseerde EBITDA	121	0	10	-10	121	-8.5%
Genormaliseerde EBITDA marge	26.0%				23.9%	-232 bp

Azië	2Q09 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	2Q10	Interne groei
Volumes (duizend hls)	13 095	61	-	305	13 461	2.3%
Opbrengsten	440	-10	4	18	452	4.2%
Kostprijs verkochte goederen	-242	-6	-2	-1	-251	-0.6%
Brutowinst	199	-16	1	17	201	9.3%
Distributiekosten	-30	0	0	-5	-36	-17.9%
Verkoop- en marketingkosten	-115	15	-1	-29	-130	-29.0%
Administratieve kosten	-36	0	0	-3	-39	-7.9%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	2	0	0	5	7	269.9%
Genormaliseerde EBIT	19	-1	0	-15	3	-84.7%
Genormaliseerde EBITDA	69	0	1	-16	53	-23.5%
Genormaliseerde EBITDA marge	15.6%				11.8%	-426 bp

Globale Export en Holdingmaatschappijen	2Q09 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	2Q10	Interne groei
Volumes (duizend hls)	1 495	252	-	-61	1 686	-3.5%
Opbrengsten	369	-5	-2	68	429	18.6%
Kostprijs verkochte goederen	-327	15	-2	-30	-344	-9.8%
Brutowinst	42	10	-4	37	85	71.9%
Distributiekosten	-31	0	1	1	-29	4.5%
Verkoop- en marketingkosten	-45	1	1	1	-43	2.4%
Administratieve kosten	-88	0	2	13	-72	14.9%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	5	0	0	13	18	253.7%
Genormaliseerde EBIT	-116	10	0	65	-41	61.7%
Genormaliseerde EBITDA	-70	9	-1	62	0	101.7%

PERSBERICHT

Brussel, 12 augustus 2010 – 24 / 25



Bijlage 2

AB InBev wereldwijd	HY09 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	HY10	Interne groei
Volumes (duizend hls)	188 903	757	-	2 782	192 443	1.5%
Waarvan eigen merkbieren	165 508	521	-	2 250	168 279	1.4%
Opbrengsten	16 027	-57	1 040	490	17 501	3.1%
Kostprijs verkochte goederen	-7 389	-44	-329	-68	-7 830	-0.9%
Brutowinst	8 638	-101	711	423	9 671	5.0%
Distributiekosten	-1 189	-1	-118	-66	-1 375	-5.6%
Verkoop- en marketingkosten	-2 059	42	-130	-153	-2 300	-7.6%
Administratieve kosten	-1 038	-19	-57	119	-994	11.3%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	343	-158	23	-1	208	-0.4%
Genormaliseerde EBIT	4 695	-237	430	322	5 210	7.2%
Genormaliseerde EBITDA	5 886	-237	488	303	6 440	5.4%
Genormaliseerde EBITDA marge	36.7%				36.8%	79 bp

Noord-Amerika	HY09 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	HY10	Interne groei
Volumes (duizend hls)	68 391	0	-	-3 211	65 180	-4.7%
Opbrengsten	7 825	-26	147	-284	7 662	-3.6%
Kostprijs verkochte goederen	-3 650	-54	-40	209	-3 535	5.6%
Brutowinst	4 175	-79	107	-75	4 127	-1.8%
Distributiekosten	-392	0	-27	32	-387	8.2%
Verkoop- en marketingkosten	-791	0	-18	35	-774	4.5%
Administratieve kosten	-295	-19	-6	37	-285	11.7%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	188	-158	0	-3	27	-11.0%
Genormaliseerde EBIT	2 885	-257	56	26	2 709	1.0%
Genormaliseerde EBITDA	3 347	-257	63	2	3 155	0.1%
Genormaliseerde EBITDA marge	42.8%				41.2%	153 bp

Latijns-Amerika Noord	HY09 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	HY10	Interne groei
Volumes (duizend hls)	49 959	0	-	6 404	56 364	12.8%
Opbrengsten	3 111	0	832	601	4 544	19.3%
Kostprijs verkochte goederen	-986	0	-253	-255	-1 493	-25.8%
Brutowinst	2 125	0	579	346	3 051	16.3%
Distributiekosten	-322	0	-83	-100	-506	-31.1%
Verkoop- en marketingkosten	-414	0	-94	-67	-575	-16.2%
Administratieve kosten	-232	0	-44	8	-267	3.5%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	90	0	23	6	118	6.2%
Genormaliseerde EBIT	1 246	0	381	193	1 820	15.5%
Genormaliseerde EBITDA	1 440	0	425	211	2 075	14.6%
Genormaliseerde EBITDA marge	46.3%				45.7%	-182 bp

Latijns-Amerika Zuid	HY09 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	HY10	Interne groei
Volumes (duizend hls)	15 842	306	-	-182	15 965	-1.1%
Opbrengsten	883	12	-30	115	980	13.0%
Kostprijs verkochte goederen	-351	-7	14	-40	-384	-11.4%
Brutowinst	533	5	-16	75	596	14.1%
Distributiekosten	-78	-1	3	-4	-79	-5.3%
Verkoop- en marketingkosten	-77	-1	3	-32	-107	-41.0%
Administratieve kosten	-34	0	1	1	-32	3.8%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	-1	0	0	-2	-3	-
Genormaliseerde EBIT	344	2	-10	39	375	11.3%
Genormaliseerde EBITDA	413	3	-12	47	451	11.4%
Genormaliseerde EBITDA marge	46.8%				46.1%	-67 bp

PERSBERICHT

Brussel, 12 augustus 2010 – 25 / 25



Bijlage 2

West-Europa	HY09	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	HY10	Interne groei
Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	15 451	378	-	-83	15 746	-0.5%
Waarvan eigen merkbieren	13 719	378	-	138	14 235	1.0%
Opbrengsten	1 974	-10	33	-21	1 976	-1.1%
Kostprijs verkochte goederen	-942	0	-19	39	-922	4.1%
Brutowinst	1 032	-10	14	18	1 054	1.8%
Distributiekosten	-205	0	-3	9	-200	4.2%
Verkoop- en marketingkosten	-365	10	-5	-7	-367	-2.0%
Administratieve kosten	-181	0	-3	37	-147	20.5%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	40	0	0	-15	25	-38.8%
Genormaliseerde EBIT	319	0	4	42	365	13.1%
Genormaliseerde EBITDA	502	0	6	31	539	6.2%
Genormaliseerde EBITDA marge	25.4%				27.3%	187 bp

Centraal- en Oost-Europa	HY09	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	HY10	Interne groei
Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	13 948	-455	-	-860	12 633	-6.4%
Opbrengsten	747	0	54	-53	749	-7.0%
Kostprijs verkochte goederen	-387	0	-27	3	-412	0.7%
Brutowinst	360	0	27	-50	337	-13.9%
Distributiekosten	-80	0	-7	0	-87	0.2%
Verkoop- en marketingkosten	-132	0	-15	-23	-169	-17.4%
Administratieve kosten	-62	0	-3	16	-50	25.0%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	0	0	0	2	2	-
Genormaliseerde EBIT	85	0	2	-56	31	-65.5%
Genormaliseerde EBITDA	183	0	9	-63	129	-34.4%
Genormaliseerde EBITDA marge	24.5%				17.2%	-721 bp

Azië	HY09	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	HY10	Interne groei
Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	22 380	82	-	781	23 244	3.5%
Opbrengsten	809	-25	4	37	825	4.7%
Kostprijs verkochte goederen	-465	-10	-2	10	-468	2.0%
Brutowinst	344	-35	1	47	358	15.2%
Distributiekosten	-54	0	0	-7	-62	-12.8%
Verkoop- en marketingkosten	-208	32	-1	-45	-222	-25.3%
Administratieve kosten	-67	0	0	-1	-69	-1.7%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	8	0	0	3	11	37.7%
Genormaliseerde EBIT	21	-3	0	-3	16	-15.2%
Genormaliseerde EBITDA	115	-1	0	0	114	-0.4%
Genormaliseerde EBITDA marge	14.2%				13.8%	-72 bp

Globale Export en Holdingmaatschappijen	HY09	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	HY10	Interne groei
Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	2 932	446	-	-67	3 311	-2.0%
Opbrengsten	678	-9	1	94	764	14.1%
Kostprijs verkochte goederen	-607	27	-2	-33	-616	-5.7%
Brutowinst	71	18	-1	61	149	68.7%
Distributiekosten	-57	0	0	4	-53	7.1%
Verkoop- en marketingkosten	-72	2	0	-15	-86	-21.4%
Administratieve kosten	-166	0	-1	22	-144	13.2%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	18	0	0	10	28	54.4%
Genormaliseerde EBIT	-205	20	-3	82	-106	44.2%
Genormaliseerde EBITDA	-114	18	-3	76	-23	78.8%