

Brussel, 3 november 2010 – 1 / 21

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

Anheuser-Busch InBev maakt resultaten bekend voor het derde kwartaal en de eerste negen maanden van 2010

Zie pagina 4 voor belangrijke disclaimers

HOOGTEPUNTEN

- **Volumeprestaties:** Het totale volume nam in 3Q10 met 4,1% toe, waarbij het volume eigen bieren met 4,1% steeg en het volume frisdranken een groei van 5,9% kende. In 9M10 nam het totale volume met 2,4% toe, waarbij het volume eigen bieren met 2,3% steeg en het volume frisdranken een groei van 4,6% kende.
- **Belangrijkste merken:** Het volume van onze belangrijkste merken steeg in 3Q10 met 6,5% en in 9M10 met 4,9%; de sterkste stijgers waren Budweiser op internationaal niveau, Antarctica, Brahma en Skol in Brazilië, Harbin en Sedrin in China; en Klinskoye in Rusland.
- **Stijging marktaandeel:** In 9M10 hebben we ons marktaandeel vergroot of behouden op markten die goed zijn voor meer dan de helft van onze totale biervolumes.
- **Opbrengstengroei:** De opbrengsten stegen in 3Q10 met 5,4%, of 1,5% per hectoliter, en in 9M10 met 3,9%, of 1,4% per hectoliter. Bij een constante geografische basis, d.i. de impact van snellere groei in landen met lagere opbrengsten per hl buiten beschouwing gelaten, zouden de opbrengsten per hl in 3Q10 met 3,5% en in 9M10 met 2,9% zijn gestegen.
- **Kostprijs Verkochte Goederen (KVG):** De Kostprijs Verkochte Goederen (KVG) steeg met 2,9% in 3Q10 en daalde met 1,7% per hl. In 9M10 steeg de KVG met 1,6% en daalde met 1,5% per hl. Bij een constante geografische basis steeg de KVG per hl met 0,8% in 3Q10 en met 0,7% in 9M10.
- **Verkoop en marketing:** De verkoop- en marketinginvesteringen stegen met 5,3% in 3Q10 en met 6,8% in 9M10 met stijgingen op de meeste belangrijke markten, wat een weerspiegeling is van de blijvende ondersteuning van onze belangrijkste merken en innovaties.
- **Synergieën:** 140 miljoen USD aan synergieën gerelateerd aan de combinatie met Anheuser-Busch gerealiseerd in 3Q10, wat betekent dat we 450 miljoen USD aan synergieën gerealiseerd hebben in 9M10 en in totaal al 1 810 miljoen USD aan synergieën gerealiseerd hebben.
- **EBITDA:** De EBITDA voor 3Q10 steeg met 9,1% tot 3 533 miljoen USD, en de EBITDA-marge bedroeg 37,9% tegenover 36,0% in 3Q09, een interne verbetering met 125 basispunten. De EBITDA voor 9M10 steeg met 6,7% tot 9 974 miljoen USD, en de marge bedroeg 37,2%, een interne verbetering met 96 basispunten.

PERSBERICHT

Brussel, 3 november 2010 – 2 / 21



- **Eenmalige opbrengsten en kosten boven EBIT:** Het genormaliseerd bedrijfsresultaat voor 3Q10 is exclusief -9 miljoen USD aan eenmalige opbrengsten en kosten, zijnde - 0,01 USD per aandeel.
- **Netto financiële kosten:** De netto financiële kosten bedroegen 594 miljoen USD in 3Q10 vergeleken met 971 miljoen USD in 3Q09. De daling is voornamelijk het gevolg van lagere netto interestkosten dankzij lagere nettoschuldniveaus en lagere periodetoerekeningskosten doordat bankleningen afnemen als een percentage van de totale schuld. Daarnaast omvatten de netto financiële kosten voor 3Q10 ook een niet-gerealiseerde winst van 105 miljoen USD aan afgeleide contracten en positieve wisselkoerseffecten, welke beide in andere financiële resultaten werden opgenomen. De netto financiële kosten bedroegen 2 013 miljoen USD in 9M10 vergeleken met 2 964 miljoen USD in 9M09.
- **Eenmalige financiële kosten:** De genormaliseerde winst is exclusief een eenmalige negatieve aanpassing aan marktwaarde ten bedrage van 49 miljoen USD of -0,03 USD per aandeel ten gevolge van de vooruitbetaling van ongeveer 1 miljard USD aan bankfinanciering.
- **Winst:** De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van Anheuser-Busch InBev bedroeg 1 489 miljoen USD in 3Q10 vergeleken met 1 132 miljoen USD in 3Q09 op gerapporteerde basis, en 3 820 miljoen USD in 9M10 vergeleken met 3 050 miljoen USD in 9M09 op gerapporteerde basis.
- **Winst Per Aandeel (WPA):** De genormaliseerde winst per aandeel bedroeg 0,94 USD in 3Q10 vergeleken met 0,72 USD in 3Q09 op gerapporteerde basis, en 2,40 USD in 9M10 vergeleken met 1,93 USD in 9M09 op gerapporteerde basis.

PERSBERICHT

Brussel, 3 november 2010 – 3 / 21



Tabel 1 - Geconsolideerde resultaten (miljoen USD)

	3Q10	3Q09 Gerapporteerd	3Q09 Referentiebasis	Interne groei
Volumes (duizend hls)	106 699	106 609	102 044	4,1%
Biervolumes	95 966	96 478	91 913	3,9%
Waarvan eigen bieren	94 578	94 969	90 444	4,1%
Niet-biervolumes	10 733	10 131	10 131	5,9%
Opbrengsten	9 323	9 763	8 808	5,4%
Brutowinst	5 193	5 259	4 795	7,6%
Genormaliseerde EBITDA	3 533	3 549	3 169	9,1%
Genormaliseerde EBIT	2 897	2 842	2 546	10,8%
Toe te kennen winst aan houders van AB InBev eigen- vermogensinstrumenten (genormaliseerd)	1 489	1 132		
Toe te kennen winst aan houders van AB InBev eigen- vermogensinstrumenten	1 434	1 546		
Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten) (USD)	0,94	0,72		
Winst per aandeel (USD)	0,90	0,98		
Marges				
Brutomarge	55,7%	53,9%	54,4%	110 bps
Genormaliseerde EBITDA marge	37,9%	36,4%	36,0%	125 bps
Genormaliseerde EBIT marge	31,1%	29,1%	28,9%	147 bps
	9M10	9M09 Gerapporteerd	9M09 Referentiebasis	Interne groei
Volumes (duizend hls)	299 141	306 884	290 947	2,4%
Biervolumes	266 767	276 201	260 265	2,1%
Waarvan eigen bieren	262 857	271 768	255 953	2,3%
Niet-biervolumes	32 374	30 682	30 682	4,6%
Opbrengsten	26 824	27 461	24 835	3,9%
Brutowinst	14 865	14 567	13 433	5,9%
Genormaliseerde EBITDA	9 974	9 932	9 055	6,7%
Genormaliseerde EBIT	8 108	7 864	7 241	8,5%
Toe te kennen winst aan houders van AB InBev eigen- vermogensinstrumenten (genormaliseerd)	3 820	3 050		
Toe te kennen winst aan houders van AB InBev eigen- vermogensinstrumenten	3 058	3 334		
Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten) (USD)	2,40	1,93		
Winst per aandeel (USD)	1,92	2,11		
Marges				
Brutomarge	55,4%	53,0%	54,1%	102 bps
Genormaliseerde EBITDA marge	37,2%	36,2%	36,5%	96 bps
Genormaliseerde EBIT marge	30,2%	28,6%	29,2%	126 bps

De gerapporteerde cijfers van Anheuser-Busch InBev voor 3Q10 en 3Q09 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 driemaandelijke en negenmaandelijke periodes eindigend op 30 september 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 driemaandelijke en negenmaandelijke periodes eindigend op 30 september 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 3Q09 en 9M09 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 er in dit document sprake is van prestatie-indicatoren (EBITDA, EBIT, winst, belastingvoet, winst per aandeel), worden zij gerapporteerd op 'genormaliseerde' basis, wat betekent dat ze 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 3Q10 en 9M10 is gebaseerd op een gewogen gemiddelde van 1 591 miljoen aandelen, vergeleken met 1 583 miljoen aandelen voor 3Q09 en 9M09.

COMMENTAAR VAN HET MANAGEMENT

Anheuser-Busch InBev heeft in 3Q10 solide groeieresultaten neergezet met een stijging van het totale volume met 4,1% en van de EBITDA met 9,1%. Onze belangrijkste merken bleven de resultaten sturen met een groei van 6,5% in 3Q10 vergeleken met 3Q09.

De groei in Brazilië was opnieuw grotendeels te danken aan de biervolumes, die in 3Q10 met 12,5% toenamen. De innovaties die we over de laatste drie jaar hebben gelanceerd, zijn momenteel goed voor meer dan 10% van de Braziliaanse biermarkt. De volumes in China stegen met 8,1% doordat ons portfolio belangrijkste merken met 17,5% groeide ten gevolge van onze nationale marketingcampagnes, waaronder de sponsoring van de FIFA World Cup. Significante verbeteringen in de merkgezondheidsindicatoren voor Budweiser en Harbin zijn een goed voorteken voor toekomstige groei.

PERSBERICHT



Brussel, 3 november 2010 – 5 / 21

De volumes in Rusland stegen in 3Q10 met 8,0%. Klinskoye kende een nieuwe groei onder impuls van zijn nieuwe witbiervariëteit. We blijven de bekendheid van het merk Bud verhogen via een brede waaier aan media-initiatieven, waaronder televisie, sociale media en buitenreclame. De sterke volumeprestaties van Bud bevestigden het potentieel van het merk in Rusland. Ook de volumes van Stella Artois namen toe in Rusland, wat betekent dat we in een heel aantal consumentensegmenten sterk gegroeid zijn. De marktomstandigheden in Latijns-Amerika Zuid zijn over het algemeen verbeterd en Stella Artois heeft in heel de Zone marktaandeel gewonnen.

In Noord-Amerika en West-Europa daarentegen is er nog steeds sprake van een uitdagende situatie aangezien de volumes met lage eencijferige cijfers afnemen.

In de Verenigde Staten is de verkoop aan kleinhandelaars met 4,0% gedaald doordat de hoge werkloosheidsgraad aanhoudt, wat de economische druk op vele consumenten verhoogt. De betere mixtrends in de Verenigde Staten zijn echter bemoedigend. Bud Light heeft zowel in ons portfolio als op de markt zijn aandeel vergroot aangezien sommige consumenten terug naar luxemerken grijpen. Bovendien werd onze prijsverhoging van september volgens plan doorgevoerd en verwachten we in 4Q10 een groei van de opbrengsten per hl hoger dan de inflatie.

Voorlopig hebben we dit jaar marktaandeel gewonnen of behouden op markten die goed zijn voor meer dan de helft van onze totale biervolumes, waaronder Brazilië, China, Rusland en het Verenigd Koninkrijk. We hebben maatregelen genomen om de marktaandeeltrends nog verder te verbeteren, in het bijzonder in de Verenigde Staten, waar we een waaier aan initiatieven gelanceerd hebben om Budweiser te ondersteunen door het merk te herwaarderen met een verjongde marketingcampagne en een uitgebreide strategische samplingactie tijdens de "Budweiser Concentration Week".

Parallel met onze Amerikaanse inspanningen zullen we ons inzetten voor onze doelstelling om van Budweiser het eerste en enige echte wereldwijde biermerk te maken. Onlangs hebben we in China de lijnextensie Budweiser Lime en in het Verenigd Koninkrijk Budweiser Brew N° 66 gelanceerd; beide bieren voegen een nieuwe smaak toe aan Budweisers universele boodschap van plezier en optimisme. De lancering van het iconische merk in Brazilië is gepland in 2011. Over het algemeen verwachten we dat de internationale groei van het merk Budweiser voor marktaandeelwinsten en een verbeterde mix zal zorgen gezien de hogere positionering van het merk.

De bedrijfskosten stegen met 3,9% in 3Q10 ondanks een stijging van de verkoop- en marketinginvesteringen met 5,3% en 13,4% hogere distributiekosten. Laatstgenoemde is het gevolg van logistieke kosten om de groei op te vangen in het noorden en noordoosten van Brazilië en in mindere mate in het binnenland van China, allemaal gebieden waar we minder brouwerijen hebben. We gaan deze uitdaging aan met hogere investeringsuitgaven in beide gebieden, wat de voornaamste reden is waarom we verwachten dat de netto investeringsuitgaven voor 2010 tussen 2,0 en 2,2 miljard USD zullen bedragen.

PERSBERICHT

Brussel, 3 november 2010 – 6 / 21



VOORUITZICHTEN

We verwachten dat de interne EBITDA-groei voor 4Q10 aanzienlijk groter zal zijn dan die voor 3Q10.

Zoals al aangegeven ondervinden we een positief effect van gemakkelijkere vergelijkingen op het vlak van verkoop- en marketingkosten in het vierde kwartaal, aangezien de timing van de commerciële activiteiten in 2009 een hoger kostenpercentage op het einde van het jaar tot gevolg had. Daarnaast is ook de kostenvergelijking voor administratieve kosten gemakkelijker.

We verwachten dat de Kostprijs Verkochte Goederen per hl voor FY10 stabiel zal blijven of met een laag eencijferig percentage zal groeien bij een constante geografische basis.

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%.

We verwachten dat de netto investeringsuitgaven voor 2010 tussen 2,0 en 2,2 miljard USD zullen bedragen.

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 3Q10 met 6,5% en steeg dus sneller dan ons volume eigen bieren, dat met 4,1% groeide. In 9M10 steeg het volume belangrijkste merken met 4,9% en steeg dus sneller dan ons volume eigen bieren, dat met 2,3% groeide; de belangrijkste merken worden steeds belangrijker aangezien ze in hun totaliteit goed zijn voor 68,2% van het volume eigen bieren tegenover 66,8% in 9M09.

Hoogtepunten op het vlak van belangrijkste merken en innovaties:

- Budweiser liet een volumestijging optekenen en heeft marktaandeel veroverd in China, het Verenigd Koninkrijk en Canada. Budweiser Lime, dat momenteel in China wordt gelanceerd, richt zich op het exclusieve nachtleven. In Rusland blijft Bud onze visie bevestigen dat het merk potentieel heeft op de op drie na grootste biermarkt ter wereld aangezien het merk marktaandeel afsnoept van de reeds lang gevestigde leider in zijn categorie.
- Stella Artois heeft marktaandeel veroverd in vijf belangrijke landen. Stella Artois Black werd in september op de markt gebracht in het Verenigd Koninkrijk, opnieuw een voorbeeld van ons engagement op het vlak van innovatie. Dit exclusieve uit België geïmporteerde luxebier is enkel in een beperkt aantal nauwkeurig gekozen horecazaken in het Verenigd Koninkrijk beschikbaar.
- Klinskoye lanceerde in augustus de merkextensie Klinskoye Fresh, een ongefilterd witbier, in Rusland.

PERSBERICHT

Brussel, 3 november 2010 – 7 / 21



"Budweiser Concentration Week"

Het succes van Budweiser tijdens de FIFA World Cup en de groei op internationale markten lag nog maar net achter ons of we organiseerden al van 27 september tot 3 oktober de "Budweiser Concentration Week" om nieuwe consumenten in de Verenigde Staten te bereiken, die vaak een grote waardering hebben voor Budweiser als een iconisch Amerikaans merk, maar het bier zelf nog nooit geproefd hebben.

We hebben een nieuwe campagne genaamd "Grab Some Buds" gelanceerd die zich op verschillende doelgroepen richt en draait rond het uitkijken naar de leuke momenten die eraan staan te komen. De campagne scoorde beter in de testen dan eender welke vorige campagne sinds we striktere kwantitatieve testen ingevoerd hebben in de Verenigde Staten. Als "teaser" hebben we "Budweiser National Happy Hour" georganiseerd, waarbij werknemers met onze lokale verkoopteams en groothandelaars samenkwamen om op een strategische manier een half miljoen consumenten die de wettelijke leeftijd voor het drinken van alcohol bereikt hebben Budweiser te laten proeven. De resultaten waren bemoedigend en droegen bij tot betere merktrends in 3Q10.

BEDRIJFSRESULTATEN

Voor gedetailleerde segmentinformatie inzake de bedrijfsresultaten voor 3Q10 en 9M10 wordt verwezen naar Bijlage 1 en Bijlage 2 bij dit persbericht.

Tabel 2 - Volumes (duizend hls)

	3Q09	Scope	Interne groei	3Q10	Interne groei	
	Referentiebasis				Totale volume	Eigen bieren volume
Noord-Amerika	35 275	-	- 525	34 750	-1,5%	-1,5%
Latijns-Amerika Noord	25 803	-	2 970	28 773	11,5%	12,3%
Latijns-Amerika Zuid	7 208	-	149	7 357	2,1%	5,1%
West-Europa	8 784	- 31	-442	8 311	-5,0%	-4,5%
Centraal- en Oost-Europa	7 714	-	655	8 369	8,5%	8,6%
Azië	16 068	68	1 269	17 405	7,9%	7,9%
Globale Export en Holdingmaatschappijen	1 192	415	127	1 734	7,9%	7,9%
AB InBev Wereldwijd	102 044	452	4 203	106 699	4,1%	4,1%
	9M09	Scope	Interne groei	9M10	Interne groei	
	Referentiebasis				Totale volume	Eigen bieren volume
Noord-Amerika	103 666	-	-3 736	99 930	-3,6%	-3,6%
Latijns-Amerika Noord	75 762	-	9 374	85 136	12,4%	13,7%
Latijns-Amerika Zuid	23 050	306	-33	23 322	-0,1%	3,4%
West-Europa	24 235	347	-524	24 058	-2,1%	-1,0%
Centraal- en Oost-Europa	21 662	-455	-205	21 002	-1,0%	-0,9%
Azië	38 448	149	2 050	40 648	5,3%	5,3%
Globale Export en Holdingmaatschappijen	4 124	862	59	5 045	1,2%	1,2%
AB InBev Wereldwijd	290 947	1 209	6 985	299 141	2,4%	2,3%

Noord-Amerika (NA)

De totale volumes in Noord-Amerika daalden met 1,5% in 3Q10 en met 3,6% in 9M10.

De leveringsvolumes in de **Verenigde Staten** kenden een daling met 1,2% in 3Q10 en met 3,6% in 9M10. De binnenlandse **bierverkoop aan kleinhandelaars (VAK)** gecorrigeerd voor het aantal verkoopdagen daalde met 4,0% in 3Q10 en met 3,2% in 9M10.

In de Verenigde Staten kenden de genormaliseerde opbrengsten per hl exclusief de niet-bier-activiteiten in 3Q10 een groei met 3,4% ten gevolge van een hogere prijszetting en een verbeterde merkenmix tegenover 3Q09. De merkenmix in de Verenigde Staten weerspiegelt een verschuiving in ons portfolio van sub-luxebieren naar luxe light-bieren, vooral onder impuls van Bud Light en Select 55.

In **Canada** daalden de biervolumes met 4,6% in 3Q10 wegens de zwakke toestand van de industrie en marktaandeelverlies in een competitieve prijsomgeving. Hoewel de volumeresultaten in 3Q10 negatief bleven, hebben we wel een verdere verbetering van ons marktaandeel gerealiseerd tegenover 2Q10. Budweiser en Bud Light hebben beide opnieuw goede resultaten neergezet en marktaandeel gewonnen, waarbij Bud Light nu ongeveer 5% van de Canadese biermarkt in handen heeft. De opbrengsten per hl daalden in Canada met 2,0%, vooral ten gevolge van hogere verkoopsbelastingen en hogere kortingen. In 9M10 namen de volumes met 3,6% af.

De opbrengsten per hl in Noord-Amerika stegen met 1,9% in 3Q10 en met 1,6% in 9M10. De EBITDA groeide in 3Q10 met 9,6% tot 1 746 miljoen USD ten gevolge van synergiebesparingen en een lagere Kostprijs Verkochte Goederen, wat een verbetering van de EBITDA-marge met 379 basispunten tot 42,8% tot gevolg had. De EBITDA steeg in 9M10 met 3,3% tot 4 902 miljoen USD en de EBITDA-marge bedroeg 41,8%, een verbetering met 231 basispunten.

Latijns-Amerika Noord (LAN)

In LAN hebben we in 3Q10 een robuuste volumegroei van 11,5% gerealiseerd, waarbij de biervolumes met 12,3% stegen en het volume frisdranken met 9,4% toenam. In 9M10 stegen de volumes in de Zone met 12,4%, waarbij het volume bieren een groei van 13,7% kende en het volume frisdranken met 9,0% toenam.

In **Brazilië** stegen de biervolumes in 3Q10 met 12,5% en in 9M10 met 14,1%, vooral ten gevolge van de groei van de industrie onder impuls van de robuuste Braziliaanse economie. Daarnaast zorgden de nieuwe producten die de voorbije jaren gelanceerd werden voor een stijging van onze volumes en een verdere vergroting van ons marktaandeel in het kwartaal (stijging met 170 basispunten volgens Nielsen). Het volume frisdranken nam met 10,4% toe in 3Q10 en met 9,6% in 9M10 gecombineerd met een sterke industrie.

De opbrengsten per hl in de Zone stegen met 5,9% in 3Q10 en met 5,8% in 9M10. De Kostprijs Verkochte Goederen per hl steeg in 3Q10 met 9,7% wegens de hogere kosten op het vlak van blikjesmix en verpakking. Deze hogere kosten waren vooral te wijten aan de import van blikjes en aan hogere suikerprijzen, gedeeltelijk gecompenseerd door lagere aluminiumprijzen.

PERSBERICHT



Brussel, 3 november 2010 – 9 / 21

De EBITDA steeg in 3Q10 met 16,4% tot 1 051 miljoen USD terwijl de marge met 65 basispunten daalde tot 45,4%, voornamelijk ten gevolge van initiatieven ter versterking van onze merken en investeringen in onze innovaties, alsook van hogere distributiekosten ten gevolge van de geografische uitbreiding in het noorden en noordoosten van Brazilië. De EBITDA voor 9M10 bedroeg 3 125 miljoen USD, een verbetering met 15,3%, terwijl de EBITDA-marge met 138 basispunten daalde tot 45,6%.

Latijns-Amerika Zuid (LAS)

In Latijns-Amerika Zuid stegen de volumes in 3Q10 met 2,1%, en kenden de biervolumes een groei van 5,1% ten gevolge van een sterkere industrie in de meeste landen. Het marktaandeel bleef stabiel of nam toe in alle landen binnen de Zone. In 9M10 groeide het volume bieren met 3,4%. De frisdrankvolumes daalden met 2,2% in 3Q10 en 5,4% in 9M10.

In **Argentinië** stegen de biervolumes met 2,4% in 3Q10. Het marktaandeel in 3Q10 verbeterde opeenvolgend mede dankzij de activiteiten ter ere van de 120ste verjaardag van Quilmes.

LAS realiseerde een EBITDA-groei van 17,2% tot 199 miljoen USD in 3Q10 dankzij een sterke opbrengstengroei en een verschuiving binnen de mix van luxebieren, die gedeeltelijk teniet gedaan werden door hogere verkoop- en marketingkosten voor onze belangrijkste merken Stella Artois en Quilmes, voornamelijk tijdens de FIFA World Cup. De EBITDA-marge steeg met 15 basispunten tot 41,4%. De EBITDA voor 9M10 kende een interne groei van 13,1% tot 650 miljoen USD.

West-Europa (WE)

In West-Europa daalde het volume eigen bieren in 3Q10 met 4,5% terwijl het totale volume, inclusief volumes uit onderaanneming, een daling van 5,0% kende. In 9M10 daalde het volume eigen bieren met 1,0%, terwijl het totale volume van de Zone daalde met 2,1%.

In **België** daalde het volume eigen bieren in 3Q10 met 2,2% ten gevolge van slechte weersomstandigheden die de horeca troffen. Het volume eigen bieren daalde in 9M10 met 3,4%, gedeeltelijk ten gevolge van de sociale acties van januari. Hoewel ons marktaandeel in 9M10 lager is dan in dezelfde periode van 2009, hebben we sinds 1Q10 een verbetering gezien. In **Duitsland** is het volume eigen bieren met 6,5% gedaald in 3Q10 en met 8,6% in 9M10, vooral wegens de achteruitgang van de industrie en marktaandeelverlies binnen het kader van aanhoudende prijsconcurrentie binnen de sector van de grootdistributie. In het **Verenigd Koninkrijk** daalde het volume eigen bieren in 3Q10 met 9,7%, vooral ten gevolge van voorraadaanpassingen na de FIFA World Cup en moeilijk vergelijkbare cijfers aangezien 3Q09 vorig jaar het sterkste kwartaal was. In 9M10 groeide het volume eigen bieren met 3,8% en steeg het marktaandeel. De volumes voor de grootdistributie namen mede dankzij de sterke resultaten van Budweiser in 9M10 met 5,0% toe, wat zich vertaalde in een stijging van het marktaandeel bij de grote retailers.

De EBITDA daalde in 3Q10 met 6,4% tot 308 miljoen USD met negatieve resultaten op het vlak van opbrengsten per hectoliter door een ongunstige landenmix en hogere verkoop- en marketingkosten aangezien de EBITDA-marge met 31 basispunten daalde tot 30,9%. De EBITDA voor 9M10 steeg met 0,9% tot 848 miljoen USD met een marge van 28,5%, een verbetering met 102 basispunten.

PERSBERICHT



Brussel, 3 november 2010 – 10 / 21

Centraal- en Oost-Europa (CEE)

De volumes in CEE stegen met 8,5% in 3Q10, maar daalden met 1,0% in 9M10.

In **Rusland** stegen de volumes in 3Q10 met 8,0%, met Klinskoye op kop. Deze groei was deels te danken aan ongewoon warm weer. Bud, dat in mei 2010 gelanceerd werd, bleef het beter doen dan verwacht en hielp mee om marktaandeel te veroveren in het segment van de luxebieren. De volumes daalden met 1,2% in 9M10 ten gevolge van een zwakkere industrie in 1Q10 na de accijnsverhoging in januari 2010. In **Oekraïne** kenden de biervolumes in 3Q10 een groei van 9.3% onder impuls van een sterke industrie, maar jaar op jaar daalden de volumes met 0,5%.

De EBITDA voor 3Q10 daalde met 14,6%, voornamelijk ten gevolge van hogere verkoop- en marketinginvesteringen, waaronder de ondersteuning van de lancering van Bud in Rusland en hogere distributiekosten die het resultaat zijn van verhogingen van de transporttarieven in Rusland en Oekraïne. De EBITDA voor 9M10 kende een daling van 26,0% wegens opeenvolgende accijnsgerelateerde prijsverhogingen, grotere investeringen in onze belangrijkste merken en hogere distributiekosten in heel de regio.

Azië (APAC)

De volumes in de Zone stegen met 7,9% in 3Q10 en met 5,3% in 9M10; de volumes in **China** stegen met respectievelijk 8,1% en 5,4%. De groei van belangrijkste merken met 17,5% in 3Q10 en met 14,8% in 9M10 werd gestuurd door Harbin aangezien het merk een positief effect ondervond van de aanhoudende aandacht voor het merk dankzij de FIFA World Cup en de snelle groei van de lijnextensie Harbin Ice. Een sterk marketingplan en een efficiënte uitvoering in de markt droegen bij tot een sterk resultaat voor Budweiser.

De sterke groei van Budweiser en Harbin resulteerde in een verbeterde merkenmix en een groei van de EBITDA voor 3Q10 met 13,5% ondanks een stijging van de verkoop- en marketinginvesteringen met 18,5% en van de distributiekosten met 25,6%. De EBITDA voor 9M10 steeg met 6,4% tot 240 miljoen USD.

Globale Export en Holdingmaatschappijen (GEHC)

De EBITDA voor GEHC in 3Q10 bedroeg -20 miljoen USD. De EBITDA voor 9M10 bedroeg -43 miljoen USD, een verbetering met 75 miljoen USD vergeleken met 9M09.

PERSBERICHT

Brussel, 3 november 2010 – 11 / 21



GECONSOLIDEERDE RESULTATENREKENING

Tabel 3 - Geconsolideerde resultatenrekening (miljoen USD)

	3Q09 Gerapporteerd	3Q09 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	3Q10	Interne groei
Opbrengsten	9 763	8 808	-50	88	477	9 323	5,4%
Kostprijs verkochte goederen	-4 505	-4 013	16	-16	-117	-4 130	-2,9%
Brutowinst	5 259	4 795	-34	72	361	5 193	7,6%
Distributiekosten	- 694	- 657	-	-9	-88	- 753	-13,4%
Verkoop- en marketingkosten	-1 311	-1 200	32	-1	-62	-1 231	-5,3%
Administratieve kosten	- 528	- 507	-	8	19	- 480	3,7%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	117	115	2	7	45	168	38,5%
Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige opbrengsten/kosten	2 842	2 546	-1	78	274	2 897	10,8%
Eenmalige opbrengsten/kosten boven EBIT	412					-9	
Netto financiële kosten	- 971					- 594	
Eenmalige netto financiële kosten	5					-49	
Aandeel in het resultaat van geassocieerde ondernemingen	157					162	
Belastingen	- 601					- 547	
Winst	1 844					1 860	
toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 546					1 434	
toerekenbaar aan minderheidsbelangen	298					426	
Genormaliseerde EBITDA Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen- vermogensinstrumenten	3 549	3 169	-1	77	288	3 533	9,1%
	1 132					1 489	
	9M09 Gerapporteerd	9M09 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	9M10	Interne groei
Opbrengsten	27 461	24 835	-107	1 129	967	26 824	3,9%
Kostprijs verkochte goederen	-12 894	-11 402	-28	-345	-184	-11 959	-1,6%
Brutowinst	14 567	13 433	-135	783	783	14 865	5,9%
Distributiekosten	-1 970	-1 846	-1	-127	-154	-2 128	-8,3%
Verkoop- en marketingkosten	-3 582	-3 259	74	-130	-215	-3 530	-6,8%
Administratieve kosten	-1 619	-1 545	-19	-49	138	-1 475	8,9%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	467	458	-157	30	44	376	14,7%
Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige opbrengsten/kosten	7 864	7 241	-238	507	597	8 108	8,5%
Eenmalige opbrengsten/kosten boven EBIT	318					-192	
Netto financiële kosten	-2 964					-2 013	
Eenmalige netto financiële kosten	5					-721	
Aandeel in het resultaat van geassocieerde ondernemingen	385					395	
Belastingen	-1 421					-1 372	
Winst	4 187					4 205	
toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	3 334					3 058	
toerekenbaar aan minderheidsbelangen	853					1 147	
Genormaliseerde EBITDA Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen- vermogensinstrumenten	9 932	9 055	-238	565	591	9 974	6,7%
	3 050					3 820	

PERSBERICHT



Brussel, 3 november 2010 – 12 / 21

Opbrengsten

De geconsolideerde opbrengsten stegen in 3Q10 met 5,4%, of 1,5% per hl, aangezien de groei per hl die het gevolg was van selectieve prijsverhogingen en mixverbeteringen teniet gedaan werd door een negatieve geografische mix. Bij een constante geografische basis, d.i. exclusief de impact van de sterkere volumegroei van landen met lagere opbrengsten per hl, stegen de opbrengsten per hl met 3,5% 3Q10. De geconsolideerde opbrengsten voor 9M10 stegen met 3,9%, of 1,4% per hl. Zonder het effect van de geografische mix stegen de opbrengsten per hl met 2,9%.

Kostprijs Verkochte Goederen (KVG)

De Kostprijs Verkochte Goederen (KVG) steeg met 2,9% in 3Q10 en daalde met 1,7% per hl. Bij een constante geografische basis steeg de KVG per hl in 3Q10 met 0,8% per hl, waarbij hogere grondstof- en verpakkingskosten in Latijns-Amerika Noord en Zuid de in Noord-Amerika en West-Europa gerealiseerde besparingen op het vlak van aankoopactiviteiten en de uitvoering van programma's voor beste praktijken teniet deden. In 9M10 steeg de KVG met 1,6% en daalde met 1,5% per hl. Bij een constante geografische basis steeg de KVG per hl met 0,7% in 9M10.

Bedrijfskosten

De bedrijfskosten stegen met 3,9% in 3Q10 en met 3,0% in 9M10:

- De **distributiekosten** stegen met 13,4% in 3Q10 en met 8,3% in 9M10, vooral wegens hogere transportkosten in Brazilië en China binnen het kader van geografische uitbreiding en wegens tariefverhogingen in Rusland en Oekraïne.
- De **verkoop- en marketingkosten** stegen met 5,3% in 3Q10 en met 6,8% in 9M10 ten gevolge van grotere investeringen in onze belangrijkste merken en innovaties, wat gedeeltelijk gecompenseerd werd door dalingen van het niet-verkoopgerelateerd kapitaal.
- De **administratieve kosten** daalden met 3,7% in 3Q10 en met 8,9% in 9M10 dankzij gedisciplineerd beheer van de vaste kosten en lagere voorzieningen voor variabele compensatie.
- De **overige bedrijfsopbrengsten/-kosten** verbeterden met 45 miljoen USD in 3Q10 en met 44 miljoen USD in 9M10, vooral dankzij overheidssubsidies in Latijns-Amerika Noord binnen het kader van capaciteitsuitbreiding en winsten uit de verkoop van vaste activa in West-Europa en Azië.

Eenmalige opbrengsten en kosten boven EBIT

Het genormaliseerde bedrijfsresultaat is exclusief -9 miljoen USD aan eenmalige opbrengsten en kosten in 3Q10 en -192 miljoen USD aan eenmalige opbrengsten en kosten in 9M10, wat vooral het resultaat is van activiteiten op het vlak van herstructurering en organisatorische optimalisatie doorheen het bedrijf. De eenmalige opbrengsten en kosten in 3Q09 en 9M09 omvatten een meerwaarde van 436 miljoen USD uit de verkoop van de activiteiten in Zuid-Korea. Een gedetailleerd overzicht van de eenmalige opbrengsten en kosten wordt hieronder gegeven in Tabel 4:

PERSBERICHT

Brussel, 3 november 2010 – 13 / 21



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

	3Q09 Gerapporteerd	3Q10	9M09 Gerapporteerd	9M10
Herstructurering (inclusief bijzondere waardeverminderingen)	-12	-36	-153	-218
Verkoop van activiteiten en activa (inclusief bijzondere waardeverminderingen)	424	27	471	26
Impact op bedrijfsresultaat	412	-9	318	-192

Netto financiële kosten

De **netto financiële kosten** bedroegen 594 miljoen USD in 3Q10 vergeleken met 971 miljoen USD in 3Q09 op gerapporteerde basis, en 2 013 miljoen USD in 9M10 vergeleken met 2 964 miljoen USD in 9M09 op gerapporteerde basis. De daling van de netto financiële kosten ten opzichte van 9M09 is het gevolg van: (i) lagere netto interestkosten dankzij een lagere nettoschuldpositie en lagere periodoerekeningskosten doordat bankleningen afnemen als een percentage van de totale schuld; (ii) gunstige wisselkoersverschillen ten gevolge van EUR/USD-koersschommelingen; en (iii) afgeleide contracten afgesloten om de risico's af te dekken die verbonden zijn met verschillende op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's.

De stijging van andere financiële resultaten met 105 miljoen USD in 3Q10 is vooral te wijten aan niet-gerealiseerde winsten uit afgeleide contracten die verbonden zijn met onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's en gunstige wisselkoersresultaten.

De **eenmalige netto financiële kosten** omvatten een eenmalige negatieve aanpassing aan marktwaarde ten bedrage van 49 miljoen USD in 3Q10 en 531 miljoen USD in 9M10 aangezien bepaalde interestswaps die onze senior faciliteiten afdekken niet langer effectief zijn ten gevolge van herfinanciering en terugbetalingen vóór de vervaldatum. De eenmalige netto financiële kosten van 9M10 omvatten ook bijkomende periodoerekeningskosten ten bedrage van 190 miljoen USD. Hoewel de toerekeningskosten een non-cash element zijn, zal het kasequivalent van de negatieve aanpassing aan marktwaarde zich realiseren in de rest van 2010 en 2011.

Tabel 5 - Netto financiële kosten (miljoen USD)

	3Q09 Gerapporteerd	3Q10	9M09 Gerapporteerd	9M10
Netto-interestkosten	-815	-664	-2 546	-2 049
Periode toerekeningkosten	-131	-35	-339	-113
Overige financiële resultaten	-25	105	-79	149
Netto financiële kosten	-971	-594	-2 964	-2 013
Aanpassing aan reële marktwaarde	5	-49	5	-531
Versnelde periode toerekeningskosten	-	-	-	-190
Eenmalige netto financiële kosten	5	-49	5	-721
	-966	-643	-2 959	-2 734

Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen

Het aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen bedroeg 162 miljoen USD in 3Q10 vergeleken met 157 miljoen USD in 3Q09, en 395 miljoen USD in 9M10 vergeleken met 385 miljoen USD in 9M09, ten gevolge van het resultaat van Grupo Modelo in Mexico.

PERSBERICHT

Brussel, 3 november 2010 – 14 / 21



Belastingen

De belastingen bedroegen 547 miljoen USD met een effectieve aanslagvoet van 24,3% in 3Q10, tegenover 601 miljoen USD aan belastingen met een effectieve aanslagvoet van 26,3% in 3Q09. De belastingen bedroegen 1 372 miljoen USD in 9M10 tegenover 1 421 miljoen USD in 9M09. De effectieve aanslagvoet daalde van 27,2% in 9M09 tot 26,5% in 9M10.

Het verschil voor 3Q10 en 9M10 vergeleken met de overeenkomstige vorige tijdspanne is vooral te wijten aan de resultatenmix die verschuift naar landen met lagere marginale aanslagvoeten. Deze effecten werden gedeeltelijk teniet gedaan door de niet-aftrekbaarheid van bepaalde eenmalige kosten in verband met de herfinanciering en terugbetaling van de senior faciliteiten. De onderneming blijft op het niveau van AmBev de positieve effecten ondervinden van het voordeel inzake notionele interestaftrek en de aftrekbaarheid van goodwill ten gevolge van de fusie tussen InBev Holding Brazil en AmBev in juli 2005 en de acquisitie van Quinsa in augustus 2006.

Zonder het belastingseffect van eenmalige elementen zou de genormaliseerde aanslagvoet 23,8% bedragen hebben in 3Q10 en 24,8% in 9M10, vergeleken met 32,1% en 28,9% in respectievelijk 3Q09 en 9M09.

Winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen

De winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen bedroeg 426 miljoen USD in 3Q10, een stijging tegenover 298 miljoen USD in 3Q09, en 1 147 miljoen USD in 9M10, een stijging tegenover 853 miljoen USD in 9M09, ten gevolge van sterke resultaten van AmBev en wisselkoerseffecten.

Genormaliseerde winst

De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van Anheuser-Busch InBev bedroeg 1 489 miljoen USD in 3Q10 vergeleken met 1 132 miljoen USD in 3Q09, en 3 820 miljoen USD in 9M10 vergeleken met 3 050 miljoen USD in 9M09.

Genormaliseerde winst per aandeel

De genormaliseerde WPA voor 3Q10 bedroeg 0,94 USD tegenover 0,72 USD in 3Q09. De genormaliseerde WPA voor 9M10 bedroeg 2,40 USD tegenover 1,93 USD in 9M09. In Tabel 6 worden de genormaliseerde WPA en de gewone WPA met elkaar vergeleken:

Tabel 6 - Winst per aandeel

	3Q09 Gerapporteerd	3Q10	9M09 Gerapporteerd	9M10
Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten) (usd)	0.72	0.94	1.93	2.40
Eenmalige opbrengsten en kosten, na belastingen, toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten, per aandeel	0.26	-0.01	0.18	-0.06
Eenmalige financiële kosten, na belastingen, toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten, per aandeel	-	-0.03	-	-0.42
Gewone winst per aandeel (usd)	0.98	0.90	2.11	1.92

PERSBERICHT

Brussel, 3 november 2010 – 15 / 21



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, (iii) 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.

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

	3Q09	3Q10	9M09	9M10
	Gerapporteerd	Gerapporteerd	Gerapporteerd	Gerapporteerd
Winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 546	1 434	3 334	3 058
Minderheidsbelangen	298	426	853	1 147
Winst	1 844	1 860	4 187	4 205
Belastingen	601	547	1 421	1 372
Aandeel in het resultaat van geassocieerde ondernemingen	-157	-162	-385	-395
Eenmalige netto financiële kosten	-5	49	-5	721
Netto financiële kosten	971	594	2 964	2 013
Eenmalige opbrengsten/kosten	-412	9	-318	192
Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige opbrengsten/kosten	2 842	2 897	7 864	8 108
Afschrijvingen en bijzondere waardeverminderingen	707	636	2 068	1 866
Genormaliseerde EBITDA	3 549	3 533	9 932	9 974

RECENTE GEBEURTENISSEN

Op 12 oktober 2010 heeft Anheuser-Busch InBev Worldwide Inc., een dochteronderneming van Anheuser-Busch InBev, aangekondigd dat het een Registratieverklaring op Form F-4 had neergelegd bij de Amerikaanse Securities and Exchange Commission (SEC) met het oog op het aangaan van een ruilaanbod ten belope van maximaal 8,0 miljard USD. Anheuser-Busch InBev Worldwide zou het aanbod doen om onderhands geplaatste niet-geregistreerde 144A notes in te ruilen voor vrij verhandelbare notes geregistreerd onder de Securities Act van 1933 met voor het overige substantieel dezelfde voorwaarden. Deze niet-geregistreerde 144A notes werden uitgegeven alvorens AB InBev een bedrijf werd dat aan de SEC verslag uitbrengt.

PERSBERICHT



Brussel, 3 november 2010 – 16 / 21

Op 20 augustus 2010, kondigden onze Braziliaanse beursgenoteerde dochteronderneming Companhia de Bebidas das Américas – AmBev ("AmBev") en Cerveceria Regional S.A ("Regional") aan dat ze een akkoord bereikt hadden om een transactie aan te gaan om hun bedrijfsactiviteiten in Venezuela te combineren, waarbij de controlerende aandeelhouders van Regional op het moment van de afronding van de transactie een belang van 85% zouden hebben in de gecombineerde onderneming en AmBev de resterende 15%, met dien verstande dat dit belang tot 20% verhoogd kan worden in de komende vier jaar. De transactie werd afgerond op 20 oktober 2010 en zal zich weerspiegelen in de financiële staten van het vierde kwartaal van 2010.

BIJLAGEN

- Bijlage 1: Segmentinformatie derde kwartaal 2010 (3Q10)
- Bijlage 2: Segmentinformatie eerste negen maanden van 2010 (9M10)

Agenda voor 3 november 2010

- Telefonische conferentie inzake resultaten 3Q10 en 9M10 voor investeerders
15u00 CET / 14u00 BST / 10u00 EST - voor alle details betreffende de inschrijving, zie http://www.ab-inbev.com/go/investors/events_calendar/9M10_results.cfm;

De in tabel 3 tot 7 van dit persbericht vermelde financiële gegevens voor het derde kwartaal van 2010 (3Q10) zijn ontleend aan de niet-geauditeerde beknopte geconsolideerde tussentijdse financiële gegevens van de groep op datum van en voor de periode van negen maanden eindigend op 30 september 2010; deze gegevens werden nagezien door onze commissarissen PricewaterhouseCoopers Bedrijfsrevisoren BCBVA volgens de normen van de Public Company Accounting Oversight Board (Verenigde Staten). De conclusie van de commissarissen luidt dat er tijdens hun controle geen enkel element naar voor kwam op basis waarvan ze menen dat deze voorlopige financiële gegevens niet correct voorgesteld worden, in alle wezenlijke opzichten, conform IAS 34 "Tussentijdse Financiële Verslaggeving" zoals gepubliceerd door IASB en goedgekeurd door de Europese Unie.

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, activiteitenniveaus, 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, 3 november 2010 – 17 / 21



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, Sibirskaia Korona, Chernigivske, en Jupiler. Bovendien heeft de onderneming een participatie van 50 procent in de operationele dochteronderneming van Grupo Modelo, de grootste brouwer van Mexico en eigenaar van het wereldwijde merk Corona. Anheuser-Busch InBev's toewijding aan erfgoed en kwaliteit gaat ver terug in de tijd, naar brouwtradities die dateren van 1366 en de brouwerij Den Horen in Leuven, België, en naar de pioniersgeest van de Anheuser-Busch 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, 3 november 2010 – 18 / 21



Bijlage 1

AB InBev wereldwijd	3Q09	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	3Q10	Interne groei
Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	102 044	452	-	4 203	106 699	4,1%
Waarvan eigen bieren	90 444	452	-	3 682	94 578	4,1%
Opbrengsten	8 808	-50	88	477	9 323	5,4%
Kostprijs verkochte goederen	-4 013	16	-16	-117	-4 130	-2,9%
Brutowinst	4 795	-34	72	361	5 193	7,6%
Distributiekosten	-657	-	-9	-88	-753	-13,4%
Verkoop- en marketingkosten	-1 200	32	-1	-62	-1 231	-5,3%
Administratieve kosten	-507	-	8	19	-480	3,7%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	115	2	7	45	168	38,5%
Genormaliseerde EBIT	2 546	-1	78	274	2 897	10,8%
Genormaliseerde EBITDA	3 169	-1	77	288	3 533	9,1%
Genormaliseerde EBITDA marge	36,0%				37,9%	125 bps

Noord-Amerika	3Q09	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	3Q10	Interne groei
Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	35 275	-	-	-525	34 750	-1,5%
Opbrengsten	4 058	-14	35	-3	4 076	-0,1%
Kostprijs verkochte goederen	-1 897	2	-8	98	-1 806	5,1%
Brutowinst	2 162	-12	27	94	2 270	4,4%
Distributiekosten	-208	-	-5	6	-207	3,0%
Verkoop- en marketingkosten	-461	-	-4	33	-431	7,2%
Administratieve kosten	-155	-	-	30	-124	19,7%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	16	4	-	-6	14	-31,3%
Genormaliseerde EBIT	1 354	-8	18	158	1 522	11,7%
Genormaliseerde EBITDA	1 583	-8	20	152	1 746	9,6%
Genormaliseerde EBITDA marge	39,0%				42,8%	379 bps

Latijns-Amerika Noord	3Q09	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	3Q10	Interne groei
Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	25 803	-	-	2 970	28 773	11,5%
Opbrengsten	1 838	-	144	333	2 315	18,1%
Kostprijs verkochte goederen	-615	-	-42	-137	-794	-22,3%
Brutowinst	1 224	-	102	196	1 521	16,0%
Distributiekosten	-194	-	-14	-69	-278	-35,8%
Verkoop- en marketingkosten	-240	-	-14	-36	-289	-14,9%
Administratieve kosten	-132	-	-6	10	-128	7,5%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	63	-	8	21	92	32,5%
Genormaliseerde EBIT	721	-	76	121	918	16,8%
Genormaliseerde EBITDA	831	-	83	136	1 051	16,4%
Genormaliseerde EBITDA marge	45,2%				45,4%	-65 bps

Latijns-Amerika Zuid	3Q09	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	3Q10	Interne groei
Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	7 208	-	-	149	7 357	2,1%
Opbrengsten	419	-	-9	70	480	16,8%
Kostprijs verkochte goederen	-170	-	4	-34	-199	-19,9%
Brutowinst	249	-	-4	36	281	14,7%
Distributiekosten	-37	-	1	-3	-39	-8,6%
Verkoop- en marketingkosten	-52	-	1	-8	-59	-15,7%
Administratieve kosten	-20	-	-	-1	-21	-3,6%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	-4	-	-	1	-3	19,1%
Genormaliseerde EBIT	135	-	-2	25	159	18,5%
Genormaliseerde EBITDA	172	-	-2	30	199	17,2%
Genormaliseerde EBITDA marge	41,0%				41,4%	15 bps

PERSBERICHT

Brussel, 3 november 2010 – 19 / 21



Bijlage 1

West-Europa	3Q09	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	3Q10	Interne groei
Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	8 784	-31	-	-442	8 311	-5,0%
Waarvan eigen bieren	7 888	-31	-	-355	7 502	-4,5%
Opbrengsten	1 171	-4	-104	-64	999	-5,5%
Kostprijs verkochte goederen	-548	-	45	35	-468	6,5%
Brutowinst	623	-4	-59	-29	531	-4,6%
Distributiekosten	-109	-	11	-1	-99	-1,0%
Verkoop- en marketingkosten	-192	4	20	-4	-172	-2,2%
Administratieve kosten	-79	-	9	-6	-76	-8,2%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	21	-	-1	14	33	66,3%
Genormaliseerde EBIT	264	-	-21	-27	216	-10,1%
Genormaliseerde EBITDA	362	-	-31	-23	308	-6,4%
Genormaliseerde EBITDA marge	30,9%				30,9%	-31 bps

Centraal- en Oost-Europa	3Q09	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	3Q10	Interne groei
Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	7 714	-	-	655	8 369	8,5%
Opbrengsten	449	-	15	51	516	11,4%
Kostprijs verkochte goederen	-224	-	-6	-26	-256	-11,4%
Brutowinst	225	-	9	26	260	11,5%
Distributiekosten	-41	-	-2	-15	-58	-36,6%
Verkoop- en marketingkosten	-78	-	-3	-23	-103	-29,2%
Administratieve kosten	-26	-	-	-	-26	-
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	2	-	-	-2	-	-81,3%
Genormaliseerde EBIT	82	-	5	-13	74	-16,3%
Genormaliseerde EBITDA	137	-	6	-20	122	-14,6%
Genormaliseerde EBITDA marge	30,4%				23,7%	-710 bps

Azië	3Q09	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	3Q10	Interne groei
Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	16 068	68	-	1 269	17 405	7,9%
Opbrengsten	515	-23	12	64	569	13,1%
Kostprijs verkochte goederen	-260	-6	-6	-36	-308	-13,6%
Brutowinst	256	-28	5	28	261	12,4%
Distributiekosten	-35	-	-1	-9	-44	-25,6%
Verkoop- en marketingkosten	-135	27	-3	-20	-131	-18,5%
Administratieve kosten	-30	-	-	-5	-35	-18,1%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	6	-	-	14	19	245,6%
Genormaliseerde EBIT	62	-1	1	8	70	12,5%
Genormaliseerde EBITDA	110	-1	3	15	127	13,5%
Genormaliseerde EBITDA marge	21,3%				22,2%	9 bps

Globale Export en Holdingmaatschappijen	3Q09	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	3Q10	Interne groei
Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	1 192	415	-	127	1 734	7,9%
Opbrengsten	357	-9	-6	26	369	7,5%
Kostprijs verkochte goederen	-299	20	-3	-17	-299	-6,1%
Brutowinst	58	11	-8	9	69	13,2%
Distributiekosten	-33	-	2	4	-27	11,1%
Verkoop- en marketingkosten	-42	1	2	-5	-45	-11,9%
Administratieve kosten	-66	-	5	-9	-70	-13,5%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	10	-3	-1	4	12	53,9%
Genormaliseerde EBIT	-73	9	-	3	-61	4,7%
Genormaliseerde EBITDA	-25	8	-2	-1	-20	-4,8%

PERSBERICHT

Brussel, 3 november 2010 – 20 / 21



Bijlage 2

AB InBev wereldwijd	9M09	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	9M10	Interne groei
Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	290 947	1 209	-	6 985	299 141	2,4%
Waarvan eigen bieren	255 953	972	-	5 932	262 857	2,3%
Opbrengsten	24 835	-107	1 129	967	26 824	3,9%
Kostprijs verkochte goederen	-11 402	-28	-345	-184	-11 959	-1,6%
Brutowinst	13 433	-135	783	783	14 865	5,9%
Distributiekosten	-1 846	-1	-127	-154	-2 128	-8,3%
Verkoop- en marketingkosten	-3 259	74	-130	-215	-3 530	-6,8%
Administratieve kosten	-1 545	-19	-49	138	-1 475	8,9%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	458	-157	30	44	376	14,7%
Genormaliseerde EBIT	7 241	-238	507	597	8 108	8,5%
Genormaliseerde EBITDA	9 055	-238	565	591	9 974	6,7%
Genormaliseerde EBITDA marge	36,5%				37,2%	96 bps

Noord-Amerika	9M09	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	9M10	Interne groei
Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	103 666	-	-	-3 736	99 930	-3,6%
Opbrengsten	11 883	-40	182	-287	11 738	-2,4%
Kostprijs verkochte goederen	-5 547	-52	-48	307	-5 341	5,5%
Brutowinst	6 337	-92	134	19	6 397	0,3%
Distributiekosten	-600	-	-32	38	-594	6,4%
Verkoop- en marketingkosten	-1 252	-	-22	69	-1 205	5,5%
Administratieve kosten	-450	-19	-6	67	-408	14,3%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	204	-154	-	-10	41	-19,2%
Genormaliseerde EBIT	4 239	-265	74	184	4 231	4,6%
Genormaliseerde EBITDA	4 930	-265	83	154	4 902	3,3%
Genormaliseerde EBITDA marge	41,5%				41,8%	231 bps

Latijns-Amerika Noord	9M09	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	9M10	Interne groei
Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	75 762	-	-	9 374	85 136	12,4%
Opbrengsten	4 949	-	976	934	6 859	18,9%
Kostprijs verkochte goederen	-1 601	-	-295	-392	-2 287	-24,5%
Brutowinst	3 349	-	681	542	4 572	16,2%
Distributiekosten	-516	-	-98	-170	-784	-32,8%
Verkoop- en marketingkosten	-654	-	-108	-103	-864	-15,7%
Administratieve kosten	-364	-	-50	18	-396	4,9%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	153	-	31	26	211	17,1%
Genormaliseerde EBIT	1 967	-	457	314	2 738	15,9%
Genormaliseerde EBITDA	2 271	-	508	347	3 125	15,3%
Genormaliseerde EBITDA marge	45,9%				45,6%	-138 bps

Latijns-Amerika Zuid	9M09	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	9M10	Interne groei
Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	23 050	306	-	-33	23 322	-0,1%
Opbrengsten	1 302	12	-39	185	1 460	14,2%
Kostprijs verkochte goederen	-521	-7	18	-74	-583	-14,2%
Brutowinst	782	5	-20	111	877	14,3%
Distributiekosten	-115	-1	4	-7	-119	-6,3%
Verkoop- en marketingkosten	-129	-1	4	-40	-166	-30,8%
Administratieve kosten	-54	-	1	1	-53	1,0%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	-5	-	-	-1	-5	-21,6%
Genormaliseerde EBIT	479	2	-12	64	534	13,3%
Genormaliseerde EBITDA	585	3	-15	77	650	13,1%
Genormaliseerde EBITDA marge	45,0%				44,5%	-44 bps

PERSBERICHT

Brussel, 3 november 2010 – 21 / 21



Bijlage 2

West-Europa	9M09 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	9M10	Interne groei
Volumes (duizend hls)	24 235	347	-	-524	24 058	-2,1%
Waarvan eigen bieren	21 606	347	-	-216	21 737	-1,0%
Opbrengsten	3 145	-14	-71	-85	2 975	-2,7%
Kostprijs verkochte goederen	-1 490	-	26	74	-1 390	5,0%
Brutowinst	1 655	-14	-45	-10	1 585	-0,6%
Distributiekosten	-314	-	8	8	-299	2,4%
Verkoop- en marketingkosten	-557	14	15	-11	-539	-2,1%
Administratieve kosten	-260	-	6	31	-224	11,9%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	61	-	-1	-2	58	-2,9%
Genormaliseerde EBIT	583	-	-17	15	581	2,6%
Genormaliseerde EBITDA	864	-	-24	8	848	0,9%
Genormaliseerde EBITDA marge	27,5%				28,5%	102 bps
Centraal- en Oost-Europa	9M09 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	9M10	Interne groei
Volumes (duizend hls)	21 662	-455	-	-205	21 002	-1,0%
Opbrengsten	1 196	-	69	-1	1 265	-0,1%
Kostprijs verkochte goederen	-611	-	-33	-23	-668	-3,7%
Brutowinst	585	-	36	-24	597	-4,1%
Distributiekosten	-121	-	-9	-15	-145	-12,2%
Verkoop- en marketingkosten	-210	-	-18	-46	-273	-21,8%
Administratieve kosten	-88	-	-3	16	-76	17,7%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	2	-	-	-	2	-1,7%
Genormaliseerde EBIT	167	-	7	-69	105	-41,3%
Genormaliseerde EBITDA	320	-	15	-83	251	-26,0%
Genormaliseerde EBITDA marge	26,7%				19,9%	-690 bps
Azië	9M09 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	9M10	Interne groei
Volumes (duizend hls)	38 448	149	-	2 050	40 648	5,3%
Opbrengsten	1 324	-47	16	102	1 394	8,0%
Kostprijs verkochte goederen	-725	-15	-9	-26	-775	-3,6%
Brutowinst	600	-63	7	75	619	14,0%
Distributiekosten	-89	-	-1	-16	-106	-17,7%
Verkoop- en marketingkosten	-343	59	-4	-65	-353	-22,7%
Administratieve kosten	-97	-	-1	-7	-104	-6,7%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	14	-	-	17	30	125,5%
Genormaliseerde EBIT	83	-4	1	5	86	6,0%
Genormaliseerde EBITDA	225	-2	3	14	240	6,4%
Genormaliseerde EBITDA marge	17,0%				17,2%	-25 bps
Globale Export en Holdingmaatschappijen	9M09 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	9M10	Interne groei
Volumes (duizend hls)	4 124	862	-	59	5 045	1,2%
Opbrengsten	1 035	-18	-5	120	1 133	11,8%
Kostprijs verkochte goederen	-906	47	-5	-50	-915	-5,8%
Brutowinst	129	29	-10	70	218	44,6%
Distributiekosten	-90	-	1	8	-80	8,6%
Verkoop- en marketingkosten	-114	3	2	-20	-130	-17,9%
Administratieve kosten	-232	-	4	13	-214	5,5%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	28	-3	-	14	39	54,3%
Genormaliseerde EBIT	-278	29	-3	85	-167	34,0%
Genormaliseerde EBITDA	-139	26	-4	75	-43	66,0%