

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 3 novembre 2010 – 1 / 22

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

Anheuser-Busch InBev publie les résultats du troisième trimestre et des neuf premiers mois de 2010

Pour consulter les mentions légales importantes, veuillez vous référer à la page 3

FAITS MARQUANTS

- **Performance des volumes :** Les volumes totaux du 3T10 ont augmenté de 4,1 %, avec une hausse de 4,1 % des volumes de nos propres bières et une hausse de 5,9 % des volumes des boissons non alcoolisées. Au cours des 9M10, les volumes totaux ont augmenté de 2,4 %, avec une hausse de 2,3 % des volumes de nos propres bières et une hausse de 4,6 % des volumes des boissons non alcoolisées.
- **Marques prioritaires :** Les volumes de nos marques prioritaires ont augmenté de 6,5 % au 3T10 et de 4,9 % au cours des 9M10 grâce notamment à Budweiser au niveau international, à Antarctica, Brahma et Skol au Brésil, à Harbin et Sedrin en Chine et à Klinskoye en Russie.
- **Hausses de part de marché :** Au cours des 9M10, nous avons maintenu ou accru notre part de marché sur des marchés représentant plus de la moitié de nos volumes totaux de bière.
- **Croissance des produits :** Les produits ont augmenté au 3T10 de 5,4 %, soit 1,5 % par hl, et au cours des 9M10, de 3,9 %, soit 1,4 % par hl. Sur une base géographique constante, c'est-à-dire en éliminant l'impact d'une croissance plus rapide dans les pays à plus faible produit par hl, la croissance des produits par hl a progressé de 3,5 % au 3T10 et de 2,9 % au cours des 9M10.
- **Coûts des Ventes :** Au 3T10, les Coûts des Ventes (CdV) ont augmenté de 2,9 % et ont diminué de 1,7 % par hl. Au cours des 9M10, les CdV ont augmenté de 1,6 % et ont diminué de 1,5 % par hl. Sur une base géographique constante, les CdV par hl ont augmenté de 0,8 % au 3T10 et de 0,7 % au cours des 9M10.
- **Ventes et marketing :** Les investissements commerciaux et de marketing ont augmenté de 5,3 % au 3T10 et de 6,8 % au cours des 9M10, avec des hausses sur la plupart de nos principaux marchés reflétant le soutien continu apporté à nos marques prioritaires et aux innovations.
- **Synergies :** Synergies au 3T10 de 140 millions d'USD suite au rapprochement avec Anheuser-Busch, portant ainsi les synergies des 9M10 à 450 millions d'USD et le total des synergies réalisées à 1 810 millions d'USD.
- **EBITDA :** L'EBITDA du 3T10 a augmenté de 9,1 % pour atteindre 3 533 millions d'USD, et la marge EBITDA a atteint 37,9 % par rapport à 36,0 % au 3T09, soit une hausse interne de 125 points de base. L'EBITDA des 9M10 a augmenté de 6,7 % pour atteindre 9 974 millions d'USD avec une marge de 37,2 %, soit une hausse interne de 96 points de base.
- **Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT :** Le bénéfice d'exploitation normalisé du 3T10 exclut les éléments non-récurrents de -9 millions d'USD, soit 0,01 USD par action.
- **Coûts financiers nets :** Coûts financiers nets de 594 millions d'USD au 3T10 comparé à 971 millions d'USD au 3T09. Cette baisse est due principalement à une diminution des charges nettes d'intérêt consécutive à une réduction des niveaux d'endettement net et à une baisse des charges de désactualisation étant donné que les emprunts bancaires ont

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 3 novembre 2010 – 2 / 22

diminué en termes de pourcentage d'endettement total. En outre, les coûts financiers nets du 3T10 comptent également un bénéfice non matérialisé de 105 millions d'USD dans les autres résultats financiers et provenant de contrats dérivés et d'écarts de conversion favorables. Coûts financiers nets de 2 013 millions d'USD pour les 9M10 comparé à 2 964 millions d'USD pour les 9M09.

- **Coûts financiers non-récurrents :** Le bénéfice normalisé exclut un ajustement à la valeur de marché négatif unique de 49 millions d'USD, soit 0,03 USD par action, suite au paiement anticipé d'un financement bancaire d'environ 1 milliard d'USD.
- **Bénéfice :** Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs de capitaux propres d'Anheuser-Busch InBev de 1 489 millions d'USD au 3T10, comparé à 1 132 millions d'USD au 3T09 sur une base rapportée, et de 3 820 millions d'USD au cours des 9M10, comparé à 3 050 millions d'USD au cours des 9M09, sur une base rapportée.
- **BPA :** Bénéfice normalisé par action de 0,94 USD au 3T10, par rapport à 0,72 USD au 3T09 sur une base rapportée, et de 2,40 USD au cours des 9M10, par rapport à 1,93 USD au cours des 9M09 sur une base rapportée.

Tableau 1 - Résultats consolidés (millions d'USD)

	3T10	3T09 Rapporté	3T09 Base de référence	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	106 699	106 609	102 044	4,1%
Volumes des bières	95 966	96 478	91 913	3,9%
Dont volumes de nos bières	94 578	94 969	90 444	4,1%
Volumes des non bières	10 733	10 131	10 131	5,9%
Produits	9 323	9 763	8 808	5,4%
Marge brute	5 193	5 259	4 795	7,6%
EBITDA normalisé	3 533	3 549	3 169	9,1%
EBIT normalisé	2 897	2 842	2 546	10,8%
Bénéfice (normalisé) attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 489	1 132		
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 434	1 546		
Bénéfice normalisé par action (USD)	0,94	0,72		
Bénéfice par action (USD)	0,90	0,98		
Marges				
Marge brute	55,7%	53,9%	54,4%	110 bps
Marge EBITDA normalisée	37,9%	36,4%	36,0%	125 bps
Marge EBIT normalisée	31,1%	29,1%	28,9%	147 bps

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 3 novembre 2010 – 3 / 22



	9M10	9M09 Rapporté	9M09 Base de référence	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	299 141	306 884	290 947	2,4%
Volumes des bières	266 767	276 201	260 265	2,1%
Dont volumes de nos bières	262 857	271 768	255 953	2,3%
Volumes des non bières	32 374	30 682	30 682	4,6%
Produits	26 824	27 461	24 835	3,9%
Marge brute	14 865	14 567	13 433	5,9%
EBITDA normalisé	9 974	9 932	9 055	6,7%
EBIT normalisé	8 108	7 864	7 241	8,5%
Bénéfice (normalisé) attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	3 820	3 050		
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	3 058	3 334		
Bénéfice normalisé par action (USD)	2,40	1,93		
Bénéfice par action (USD)	1,92	2,11		
Marges				
Marge brute	55,4%	53,0%	54,1%	102 bps
Marge EBITDA normalisée	37,2%	36,2%	36,5%	96 bps
Marge EBIT normalisée	30,2%	28,6%	29,2%	126 bps

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 3 novembre 2010 – 4 / 22



Les chiffres rapportés du 3T10 et du 3T09 d'Anheuser Busch InBev sont basés sur les états financiers consolidés intermédiaires non-audités, préparés conformément aux normes IFRS. Sauf indication contraire, les montants sont exprimés en millions d'USD. Les chiffres correspondants aux périodes de trois mois et de neuf mois se terminant le 30 septembre 2010 ne sont pas audités, et comprennent, selon la direction, tous les ajustements normaux nécessaires pour présenter de manière juste les résultats correspondant aux périodes intermédiaires. En raison de variations saisonnières et d'autres facteurs, les résultats des activités pour les périodes de trois mois et de neuf mois se terminant le 30 septembre 2010 ne sont pas forcément représentatifs des résultats attendus pour l'exercice complet.

Vu la nature évolutive des cessions réalisées au cours de l'année 2009 en vue de refinancer la dette encourue pour financer l'opération avec Anheuser-Busch, nous présentons dans le présent communiqué de presse les volumes et résultats consolidés pour le 3T09 et les 9M09 jusqu'à l'EBIT normalisé à titre de référence, en considérant que toutes les cessions ont été clôturées au 1^{er} janvier 2009 et en rapportant certaines opérations intra-groupe dans les Activités d'exportation et sociétés holding.

Afin de faciliter la compréhension de la performance sous-jacente d'Anheuser-Busch InBev, les analyses relatives à la croissance, y compris tous les commentaires contenus dans le présent communiqué de presse, sauf indication contraire, sont basées sur des chiffres internes et normalisés comparés à la base de référence. En d'autres termes, les chiffres financiers sont analysés de manière à éliminer l'impact des écarts de conversion des activités à l'étranger et des changements dans le périmètre. Les changements dans le périmètre représentent l'impact des acquisitions et cessions autres que celles éliminées de la base de référence, le lancement ou l'arrêt d'activités, les pertes et profits enregistrés au titre de réduction des obligations concernant les prestations définies ou le transfert d'activités entre secteurs.

Toutes les références données par hectolitre (par hl) ne comprennent pas les activités non bière américaines. Afin d'éliminer l'effet mix géographique, c'est-à-dire l'impact d'une croissance des volumes plus forte dans les pays à plus faibles revenus par hl et à plus faibles coûts des ventes par hl, nous présentons également, aux endroits spécifiés, les chiffres par hl internes sur une base géographique constante. La base géographique constante est calculée en prenant le même coefficient de volumes, de produits et de coûts des ventes de nos activités que pour la même période de l'année précédente.

Chaque fois qu'ils sont mentionnés dans le présent document, les indicateurs de performance (EBITDA, EBIT, bénéfice, taux d'imposition, bénéfice par action) sont rapportés sur une base « normalisée », ce qui signifie qu'ils sont présentés avant les éléments non-récurrents. Les éléments non-récurrents sont des produits ou des charges qui surviennent de manière irrégulière et ne font pas partie des activités normales de l'entreprise. Ils sont présentés séparément en raison de leur importance pour comprendre la performance sous-jacente durable de l'entreprise de par leur taille ou nature. Les indicateurs normalisés sont des indicateurs additionnels utilisés par la direction et ne peuvent pas remplacer les indicateurs conformes aux normes IFRS comme indicateurs de la performance de l'entreprise. Les valeurs indiquées dans les tableaux et les annexes peuvent ne pas concorder à cause d'arrondis.

Les BPA du 3T10 et des 9M10 sont basés sur la moyenne pondérée de 1 591 millions d'actions, comparativement aux 1 583 millions d'actions pour le 3T09 et les 9M09.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 3 novembre 2010 – 5 / 22



COMMENTAIRES DE LA DIRECTION

Les résultats d'Anheuser-Busch InBev ont affiché une solide progression au 3T10, avec une hausse des volumes totaux de 4,1 % et de l'EBITDA de 9,1 %. Nos marques prioritaires ont continué de réaliser de bons résultats, en enregistrant pendant le trimestre une hausse de 6,5 % par rapport au 3T09.

Au Brésil, les volumes de bière ont une fois de plus progressé, en gagnant 12,5 % au 3T10. Les innovations que nous avons introduites ces trois dernières années représentent aujourd'hui plus de 10 % du marché brassicole brésilien. En Chine, les volumes ont affiché une hausse de 8,1 %, notre portefeuille de marques prioritaires ayant augmenté de 17,5 %, bénéficiant de nos campagnes de marketing nationales, et notamment du sponsoring de la Coupe du Monde de la FIFA. Les nettes améliorations des indicateurs de santé des marques Budweiser et Harbin ont des implications positives en termes de future croissance.

En Russie, les volumes ont augmenté de 8,0 % au 3T10. Klinskoye, sous l'impulsion de son extension de gamme de bière blanche, a connu un regain de croissance. Nous continuons de construire la notoriété de marque de Bud par le biais d'une vaste gamme d'initiatives médias, notamment via la télévision, les médias sociaux et des supports publicitaires extérieurs. La solide performance des volumes de Bud a confirmé le potentiel de la marque en Russie. Les volumes de Stella Artois ont également progressé en Russie, donnant d'une manière générale une forte impulsion dans plusieurs segments de consommation. En Amérique latine Sud, les conditions de marché se sont globalement améliorées et Stella Artois a augmenté sa part de marché dans toute la Zone.

En revanche, les Zones Amérique du Nord et Europe de l'Ouest ont continué à poser des défis, les volumes montrant un léger déclin à un seul chiffre.

Aux Etats-Unis, les ventes aux détaillants ont chuté de 4,0 % alors que le chômage persiste à un niveau élevé et augmente la pression économique qui pèse sur de nombreux consommateurs. Nous sommes toutefois encouragés par de meilleures tendances du mix de portefeuille: Bud Light a gagné des parts dans notre portefeuille mais aussi dans le marché en général, certains consommateurs étant revenus à des marques de luxe. En outre, notre augmentation de prix du mois de septembre a été implémentée selon les plans et nous attendons une croissance des produits par hl supérieure à l'inflation au 4T10.

A ce jour, nous avons accru ou maintenu notre part de marché sur des marchés représentant plus de la moitié de nos volumes totaux de bière, y compris au Brésil, en Chine, en Russie et au Royaume-Uni. Nous avons pris des mesures pour continuer à améliorer les tendances de part de marché, en particulier aux Etats-Unis où nous avons lancé diverses initiatives de soutien à Budweiser par le biais d'une réévaluation de la marque, avec une campagne marketing rajeunie et une stratégie d'échantillonnage à grande échelle lancées à l'occasion de la « Budweiser Concentration Week ».

Parallèlement à nos initiatives américaines, nous travaillerons dur pour atteindre notre objectif de faire de Budweiser la première et unique marque de bière véritablement mondiale. Nous avons récemment lancé les extensions de gamme Budweiser Lime, en Chine,

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 3 novembre 2010 – 6 / 22

et Budweiser Brew N°66, au Royaume-Uni, qui ajoutent une nouvelle saveur au message universel de fête et d'optimisme de Budweiser. Nous prévoyons de lancer la marque emblématique au Brésil en 2011. D'une manière générale, nous nous attendons à ce que la croissance de Budweiser à l'échelle internationale favorise des hausses de part de marché et des améliorations de portefeuille, vu le positionnement de la marque au dessus du cœur de marché.

Les dépenses d'exploitation ont augmenté de 3,9 % au 3T10, malgré une augmentation de 5,3 % des investissements commerciaux et marketing et une hausse de 13,4 % des frais de distribution. Ces derniers reflètent des frais logistiques pour gérer la croissance au nord et au nord-est du Brésil, et dans une moindre mesure, dans les régions intérieures de Chine, toutes ces régions étant marquées d'une empreinte industrielle brassicole moins forte. Nous abordons ce défi en augmentant nos investissements dans ces deux régions ; c'est principalement pour cette raison que nous évaluons aujourd'hui nos dépenses d'investissement nettes pour 2010 entre 2,0 et 2,2 milliards d'USD.

PERSPECTIVES

Nous prévoyons que la croissance interne de l'EBITDA au 4T10 sera sensiblement supérieure à celle du 3T10.

Comme indiqué précédemment, nous bénéficions, au quatrième trimestre, de comparaisons de frais commerciaux et de marketing plus faciles, étant donné que le calendrier des activités commerciales 2009 a conduit à un pourcentage de frais plus élevé en fin d'année. En outre, la comparaison des frais administratifs est plus facile.

Nous attendons pour l'EX10 une stabilisation des Coûts des Ventes par hl, ou une légère croissance à un seul chiffre en termes de pourcentages, sur une base géographique constante.

Pour l'ensemble de l'exercice 2010, nous prévoyons que le coupon moyen sur la dette nette se situera entre 6,0 et 6,5 % et que le taux d'imposition effectif normalisé atteindra la tranche des 25%-27 %.

Les dépenses nettes d'investissement de 2010 devraient se situer entre 2,0 et 2,2 milliards d'USD.

MARQUES PRIORITAIRES

Nous dédions l'essentiel de notre attention et de nos ressources à nos marques prioritaires, soit les marques qui, selon nous, disposent du plus grand potentiel commercial. Au 3T10, les volumes de nos marques prioritaires ont affiché une croissance de 6,5 %, soit un meilleur résultat que les volumes de nos propres bières qui enregistrent une croissance de 4,1 %. Au cours des 9M10 les volumes de nos marques prioritaires ont connu une hausse de 4,9 % - ce qui est mieux que la croissance de 2,3 % des volumes de nos propres bières. Nos marques prioritaires sont devenues plus importantes, leur portefeuille s'étant étendu pour représenter 68,2 % des volumes de nos propres bières, comparé à 66,8 % au cours des 9M09.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 3 novembre 2010 – 7 / 22



Faits marquants relatifs aux marques prioritaires et aux innovations :

- Budweiser a enregistré une croissance de ses volumes et de sa part de marché en Chine, au Royaume-Uni et au Canada. Lancée actuellement en Chine, Budweiser Lime cible les établissements de vie nocturne haut de gamme. En Russie, Bud continue de confirmer notre opinion concernant le potentiel de la marque sur le quatrième marché brassicole du monde, en récupérant des parts de marché du leader de la catégorie, établi depuis plus longtemps.
- Stella Artois a augmenté sa part de marché dans cinq pays clés. Stella Artois Black est arrivée sur le marché du Royaume-Uni en septembre, un nouvel exemple de notre engagement en matière d'innovation. La bière de luxe exclusive, importée de Belgique, n'est disponible que dans un nombre limité de points de vente horeca au Royaume-Uni, triés sur le volet.
- En Russie, Klinskoye a introduit en août Klinskoye Fresh, une bière blanche non filtrée.

Budweiser Concentration Week

Juste après le succès de Budweiser autour de la Coupe du Monde de la FIFA et de sa croissance sur des marchés internationaux, nous avons créé, du 27 septembre au 3 octobre, le 'Budweiser Concentration Week' afin d'atteindre de nouveaux consommateurs américains, qui sont nombreux à percevoir de manière positive Budweiser en tant que marque emblématique américaine, sans pourtant l'avoir jamais goûtée.

Nous avons lancé une nouvelle campagne multifocale intitulée « Grab Some Buds », qui a pour thème l'exaltation des bons moments à venir. Cette campagne a obtenu de meilleurs résultats au niveau de tests consommateurs que toutes les autres depuis que nous avons mis en œuvre des tests quantitatifs plus rigoureux aux Etats-Unis. En guise d'introduction, nous avons organisé un Happy Hour Budweiser national lors duquel le personnel s'est joint à nos équipes de vente et aux grossistes sur le terrain pour distribuer stratégiquement des échantillons de Budweiser à un demi-million de consommateurs ayant atteint l'âge légal de consommation d'alcool. Les résultats ont été encourageants et ont contribué à améliorer les tendances de la marque au 3T10.

PERFORMANCE OPERATIONNELLE

Les informations sectorielles détaillées sur la performance opérationnelle du 3T10 et des 9M10 sont présentées à l'Annexe 1 et l'Annexe 2 du présent communiqué de presse.

Tableau 2 - Volumes (milliers d'hl)

	3T09 Base de référence	Scope	Croissance interne	3T10	Croissance interne	
					Volumes totaux	Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	35 275	-	-525	34 750	-1,5%	-1,5%
Amérique latine Nord	25 803	-	2 970	28 773	11,5%	12,3%
Amérique latine Sud	7 208	-	149	7 357	2,1%	5,1%
Europe de l'Ouest	8 784	-31	-442	8 311	-5,0%	-4,5%
Europe centrale et de l'Est	7 714	-	655	8 369	8,5%	8,6%
Asie-Pacifique	16 068	68	1 269	17 405	7,9%	7,9%
Exportations Globales et Sociétés Holding	1 192	415	127	1 734	7,9%	7,9%
AB InBev au niveau mondial	102 044	452	4 203	106 699	4,1%	4,1%

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 3 novembre 2010 – 8 / 22



	9M09 Base de référence	Scope	Croissance interne	9M10	Croissance interne Volumes totaux	Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	103 666	-	-3 736	99 930	-3,6%	-3,6%
Amérique latine Nord	75 762	-	9 374	85 136	12,4%	13,7%
Amérique latine Sud	23 050	306	-33	23 322	-0,1%	3,4%
Europe de l'Ouest	24 235	347	-524	24 058	-2,1%	-1,0%
Europe centrale et de l'Est	21 662	-455	-205	21 002	-1,0%	-0,9%
Asie-Pacifique	38 448	149	2 050	40 648	5,3%	5,3%
Exportations Globales et Sociétés Holding	4 124	862	59	5 045	1,2%	1,2%
AB InBev au niveau mondial	290 947	1 209	6 985	299 141	2,4%	2,3%

Amérique du Nord (NA)

Les volumes totaux de la Zone Amérique du Nord ont enregistré une baisse de 1,5 % au 3T10 et de 3,6 % au cours des 9M10.

Les volumes de livraison aux **États-Unis** ont chuté de 1,2 % au 3T10 et de 3,6 % au cours des 9M10. Les **ventes aux détaillants (VAD)** de bière locale américaine corrigées pour les jours de vente effectifs ont diminué de 4,0 % au 3T10 et de 3,2 % au cours des 9M10.

Aux Etats-Unis, les produits par hl normalisés hors activités non bière ont augmenté de 3,4 % au 3T10, reflétant une hausse des prix et une amélioration du portefeuille de marques par rapport au 3T09. Le mix de marques aux Etats-Unis reflète la transition, dans notre portefeuille, des produits 'sub-premium' vers les bières légères de luxe, grâce notamment à Bud Light et Select 55.

Au **Canada**, les volumes de bière ont diminué de 4,6 % au 3T10 en raison de la faiblesse du secteur et de la perte de part de marché dans un environnement de prix de marché compétitif. Bien que la performance des volumes au 3T10 soit restée négative, nous avons observé une amélioration séquentielle de la part de marché par rapport au 2T10. Budweiser et Bud Light ont toutes deux continué à afficher de bons résultats et à accroître leur part de marché, Bud Light représentant actuellement environ 5 % du marché brassicole canadien. Les produits par hl ont diminué de 2,0 % au Canada, principalement en raison d'une hausse des taxes et d'une augmentation des remises. Les volumes des 9M10 ont chuté de 3,6 %.

En Amérique du Nord, les produits par hl ont augmenté de 1,9 % au 3T10 et de 1,6 % au cours des 9M10. L'EBITDA a augmenté de 9,6 % au 3T10 à 1 746 millions d'USD grâce aux économies de synergie et à la baisse des Coûts des Ventes, entraînant un accroissement de la marge EBITDA de 379 points de base pour atteindre 42,8 %. Au cours des 9M10, l'EBITDA a augmenté de 3,3 % pour atteindre les 4 902 millions d'USD et la marge s'est améliorée de 231 points de base pour atteindre 41,8 %.

Amérique latine Nord (LAN)

La Zone LAN a affiché une forte croissance des volumes de 11,5 % au 3T10, les volumes de bières enregistrant une hausse de 12,3 % et les volumes des boissons non alcoolisées, une hausse de 9,4 %. Au cours des 9M10, les volumes de la Zone ont augmenté de 12,4 %, alors que les volumes de bières ont augmenté de 13,7 % et les volumes de boissons non alcoolisées de 9,0 %.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 3 novembre 2010 – 9 / 22

Au **Brésil**, les volumes de bière ont augmenté de 12,5 % au 3T10 et de 14,1 % au cours des 9M10, une hausse qui s'explique principalement par une croissance du secteur, dynamisée par la bonne santé de l'économie brésilienne. En outre, de nouveaux produits lancés au cours des dernières années ont stimulé nos volumes et ont continué à améliorer notre part de marché pendant le trimestre (en hausse de 170 points de base selon Nielsen). Les boissons non alcoolisées ont affiché une croissance de 10,4 % au 3T10 et de 9,6 % au cours des 9M10, grâce à une solide performance du secteur.

Les produits par hl de la Zone ont augmenté de 5,9 % au 3T10 et de 5,8 % au cours de 9M10. Les Coûts des Ventes par hl ont augmenté de 9,7 % au 3T10 à cause d'une augmentation des coûts du mix de canettes et d'emballage, majoritairement stimulée par le coût de canettes importées et du prix du sucre plus élevé, partiellement compensée par des prix plus bas pour l'aluminium.

L'EBITDA du 3T10 a augmenté de 16,4 % pour atteindre 1 051 millions d'USD, avec une réduction de la marge de 65 points de base à 45,4 %, que l'on peut expliquer largement par des initiatives de développement de marques et des investissements pour soutenir nos innovations, ainsi que par une hausse des frais de distribution liée à l'expansion géographique dans le nord et le nord-est du Brésil. L'EBITDA des 9M10 a atteint 3 125 millions d'USD, soit une amélioration de 15,3 %, alors que la marge EBITDA a chuté de 138 points de base à 45,6 %.

Amérique latine Sud (LAS)

Les volumes de l'Amérique latine Sud au 3T10 ont augmenté de 2,1 %, avec une croissance des volumes de bière de 5,1 %, stimulée par une amélioration de la performance du secteur dans la plupart des pays, et une stabilisation ou une hausse de part de marché dans tous les pays de la Zone. Au cours des 9M10, les volumes de bières ont augmenté de 3,4 %. Les volumes des boissons non alcoolisées ont chuté de 2,2 % au 3T10 et de 5,4 % au cours des 9M10.

En **Argentine**, les volumes de bière ont augmenté de 2,4 % au 3T10. La part de marché au 3T10 s'est améliorée par rapport au trimestre précédent grâce aux activités de commémoration du 120^e anniversaire de Quilmes.

La Zone LAS a affiché une croissance de l'EBITDA de 17,2 % pour atteindre 199 millions d'USD au 3T10, l'impact positif de la forte croissance des produits et du passage au portefeuille de luxe ayant été quelque peu atténué par la hausse des frais commerciaux et de marketing pour soutenir nos marques prioritaires Stella Artois et Quilmes, en particulier pendant la Coupe du Monde de la FIFA. La marge EBITDA a augmenté de 15 points de base pour atteindre 41,4 %. L'EBITDA des 9M10 a atteint 650 millions d'USD, avec une croissance interne de 13,1 %.

Europe de l'Ouest (WE)

En Europe de l'Ouest, les volumes de nos propres bières ont diminué de 4,5 % au 3T10 alors que les volumes totaux, y compris ceux sous-traités, ont chuté de 5,0 %. Les volumes de nos propres bières des 9M10 ont baissé de 1,0 %, avec une chute des volumes totaux de la Zone de 2,1 %.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 3 novembre 2010 – 10 / 22

En **Belgique**, les volumes de nos propres bières ont chuté de 2,2 % au 3T10, le secteur de l'horeca ayant été affecté par les mauvaises conditions climatiques. Les volumes de nos propres bières ont diminué de 3,4 % au cours des 9M10, en partie à cause des mouvements sociaux du mois de janvier qui ont impacté le 1T10. Bien que notre part de marché des 9M10 reste inférieure à celle enregistrée en 2009 à la même période, nous avons constaté une amélioration depuis le 1T10. En **Allemagne**, les volumes de nos propres bières ont chuté de 6,5 % au 3T10 et de 8,6 % au cours des 9M10, à cause notamment des conditions difficiles du secteur et d'une perte de part de marché due à une concurrence des prix permanente dans le canal de la grande distribution. Au **Royaume-Uni**, les volumes de nos propres bières ont diminué de 9,7 % au 3T10 en raison d'ajustements d'inventaires suite à la Coupe du Monde de la FIFA et de comparaisons difficiles dues au fait que le 3T09 a été le trimestre le plus fort de l'année précédente. Les volumes de nos propres bières ont augmenté de 3,8 % au cours des 9M10 et la part de marché s'est améliorée. Les volumes de la grande distribution ont augmenté de 5,0 % au cours des 9M10, grâce notamment à la forte performance de Budweiser, entraînant des hausses de part de marché auprès des principales chaînes de grande distribution.

L'EBITDA a diminué de 6,4 % pour atteindre 308 millions d'USD au 3T10, avec une performance des produits par hl négative due à l'impact défavorable du mix pays et à la hausse des frais commerciaux et de marketing, la marge EBITDA affichant une baisse de 31 points de base pour atteindre 30,9 %. L'EBITDA des 9M10 a augmenté de 0,9 % pour atteindre 848 millions d'USD, avec une marge de 28,5 %, soit une amélioration de 102 points de base.

Europe centrale et de l'Est (CEE)

Les volumes de la Zone CEE ont augmenté de 8,5 % au 3T10, mais ont chuté de 1,0 % au cours des 9M10.

En **Russie**, les volumes ont enregistré une croissance de 8,0 % au 3T10 grâce à Klinskoye et ont tiré profit des conditions météorologiques exceptionnellement chaudes. Bud, qui a été lancée en mai 2010, a continué de dépasser nos attentes en termes de résultats et a contribué à des hausses de part de marché dans le segment de luxe. Les volumes ont chuté de 1,2 % au cours des 9M10, reflétant la faiblesse du secteur au 1T10 après la hausse des accises en janvier 2010. En **Ukraine**, les volumes de bière ont augmenté de 9,3 % au 3T10 sous l'impulsion d'un secteur particulièrement fort; toutefois, jusqu'à ce jour, les volumes ont diminué de 0,5 %.

L'EBITDA du 3T10 a diminué de 14,6%, une baisse qui s'explique principalement par une hausse des investissements commerciaux et de marketing, et notamment le soutien du lancement de Bud en Russie ainsi que la hausse des frais de distribution liée aux majorations des tarifs de transport en Russie et en Ukraine. L'EBITDA des 9M10 a chuté de 26,0 %, ce qui reflète des hausses de prix graduelles liées aux accises, une hausse des investissements pour soutenir nos marques prioritaires et une augmentation des frais de distribution dans toute la région.

Asie-Pacifique (APAC)

Les volumes de la Zone ont augmenté de 7,9 % au 3T10 et de 5,3 % au cours des 9M10, avec une hausse des volumes de la **Chine** de respectivement 8,1 % et 5,4 %. La croissance des marques prioritaires de 17,5 % au 3T10 et de 14,8 % au cours des 9M10 a été stimulée

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 3 novembre 2010 – 11 / 22



par Harbin, la marque ayant bénéficié d'une exposition continue pendant la Coupe du Monde de la FIFA et d'une croissance rapide de l'extension de gamme Harbin Ice. Un programme de marketing solide couplé à une exécution efficace sur le marché ont permis de maintenir la forte performance de Budweiser.

Les fortes croissances de Budweiser et de Harbin ont stimulé l'amélioration du portefeuille de marques et la croissance de 13,5 % de l'EBITDA du 3T10 malgré une hausse de 18,5 % de l'investissement commercial et marketing et de 25,6 % des frais de distribution. L'EBITDA des 9M10 a augmenté de 6,4 % pour atteindre 240 millions d'USD.

Activités d'exportation et sociétés holding (GEHC)

L'EBITDA des GEHC était de -20 millions d'USD. L'EBITDA des 9M10 était de -43 millions d'USD, soit une hausse de 75 millions d'USD par rapport aux 9M09.

COMPTE DE RESULTATS CONSOLIDE

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

	3T09 Rapporté	3T09 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T10	Croissance interne
Produits	9 763	8 808	-50	88	477	9 323	5,4%
Coûts des ventes	-4 505	-4 013	16	-16	-117	-4 130	-2,9%
Marge brute	5 259	4 795	-34	72	361	5 193	7,6%
Frais de distribution	-694	-657	-	-9	-88	-753	-13,4%
Frais commerciaux et de marketing	-1 311	-1 200	32	-1	-62	-1 231	-5,3%
Frais administratifs	-528	-507	-	8	19	-480	3,7%
Autres produits/charges d'exploitation	117	115	2	7	45	168	38,5%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents	2 842	2 546	-1	78	274	2 897	10,8%
Eléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	412					-9	
Coûts financiers nets	-971					-594	
Coûts financiers nets non-récurrents	5					-49	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	157					162	
Impôts sur le résultat	-601					-547	
Bénéfice	1 844					1 860	
attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 546					1 434	
attribuable aux intérêts minoritaires	298					426	
EBITDA normalisé	3 549	3 169	-1	77	288	3 533	9,1%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 132					1 489	

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 3 novembre 2010 – 12 / 22



	9M09 Rapporté	9M09 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M10	Croissance interne
Produits	27 461	24 835	-107	1 129	967	26 824	3,9%
Coûts des ventes	-12 894	-11 402	-28	-345	-184	-11 959	-1,6%
Marge brute	14 567	13 433	-135	783	783	14 865	5,9%
Frais de distribution	-1 970	-1 846	-1	-127	-154	-2 128	-8,3%
Frais commerciaux et de marketing	-3 582	-3 259	74	-130	-215	-3 530	-6,8%
Frais administratifs	-1 619	-1 545	-19	-49	138	-1 475	8,9%
Autres produits/charges d'exploitation	467	458	-157	30	44	376	14,7%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents	7 864	7 241	-238	507	597	8 108	8,5%
Eléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	318					-192	
Coûts financiers nets	-2 964					-2 013	
Coûts financiers nets non-récurrents	5					-721	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	385					395	
Impôts sur le résultat	-1 421					-1 372	
Bénéfice	4 187					4 205	
attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	3 334					3 058	
attribuable aux intérêts minoritaires	853					1 147	
EBITDA normalisé	9 932	9 055	-238	565	591	9 974	6,7%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	3 050					3 820	

Produits

Les produits consolidés au 3T10 ont affiché une croissance de 5,4 %, soit 1,5 % par hl, la croissance par hl due à certaines augmentations sélectives de prix et aux améliorations de portefeuille ayant été atténuée par un mix géographique défavorable. Sur une base géographique constante, c'est-à-dire sans tenir compte de l'impact de la croissance plus forte des volumes des pays affichant des produits par hl plus faibles, les produits par hl ont progressé de 3,5 % au 3T10. Les produits consolidés des 9M10 ont augmenté de 3,9 %, soit 1,4 % par hl. En excluant l'impact du mix géographique, les produits par hl ont affiché une hausse de 2,9 %.

Coûts des Ventes (CdV)

Au 3T10, les Coûts des Ventes (CdV) ont augmenté de 2,9 % et ont diminué de 1,7 % par hl. Sur une base géographique constante, les CdV par hl ont augmenté de 0,8 % par hl au 3T10, la hausse des coûts de matières premières et d'emballage en Amérique latine Nord et Amérique latine Sud atténuant les économies en termes d'approvisionnement et la mise en place de programmes dédiés aux meilleures pratiques en Amérique du Nord et en Europe de l'Ouest. Au cours des 9M10, les CdV ont augmenté de 1,6 % et ont diminué de 1,5 % par hl. Sur une base géographique constante, les CdV par hl des 9M10 ont augmenté de 0,7 %.

Charges d'exploitation

Les charges d'exploitation ont augmenté de 3,9 % au 3T10 et de 3,0 % au cours des 9M10:

- Les **frais de distribution** ont enregistré une hausse de 13,4 % au 3T10 et de 8,3 % au cours des 9M10, principalement sous l'effet de l'augmentation des frais de transport liée à l'expansion géographique au Brésil et en Chine et des majorations des tarifs de transport en Russie et en Ukraine.
- Les **frais commerciaux et de marketing** ont augmenté de 5,3 % au 3T10 et de 6,8 % au cours des 9M10, la hausse des investissements pour soutenir nos marques prioritaires

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 3 novembre 2010 – 13 / 22

et nos innovations ayant été partiellement atténuée par des réductions de moyens financiers non productifs.

- Les **frais administratifs** ont diminué de 3,7 % au 3T10 et de 8,9 % au cours des 9M10 grâce à une gestion disciplinée des coûts fixes et des provisions relatives aux rémunérations variables moins élevées.
- Les **autres produits/charges d'exploitation** ont augmenté de 45 millions d'USD au 3T10 et de 44 millions d'USD au cours des 9M10, ce qui s'explique principalement par les subventions de l'Etat en Amérique latine Nord pour soutenir les augmentations de capacité, et par les gains provenant de la vente d'actifs immobilisés en Europe de l'Ouest et en Asie-Pacifique.

Eléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT

Le bénéfice d'exploitation normalisé sur exclut les éléments non-récurrents de -9 millions d'USD du 3T10 et de -192 millions d'USD des 9M10, qui reflètent principalement les mesures de restructuration et les ajustements organisationnels appliqués à nos activités. Les éléments non-récurrents du 3T09 et des 9M09 incluaient une plus-value de 436 millions d'USD émanant de la cession de l'activité sud-coréenne. Le Tableau 4 ci-dessous donne un aperçu de la répartition des éléments non-récurrents :

Tableau 4 - Eléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT (millions d'usd)				
	3T09 Rapporté	3T10	9M09 Rapporté	9M10
Restructuration (incluant la dépréciation pour restructuration)	-12	-36	-153	-218
Cession d'activités et vente d'actifs (incluant la dépréciation pour cession d'activités et vente d'actifs)	424	27	471	26
Impact sur bénéfice d'exploitation	412	-9	318	-192

Coûts financiers nets

Les **coûts financiers nets** s'élevaient à 594 millions d'USD au 3T10 par rapport à 971 millions d'USD au 3T09 sur une base rapportée, et à 2 013 millions d'USD au cours des 9M10 par rapport à 2 964 millions d'USD au cours des 9M09 sur une base rapportée. La baisse des coûts financiers par rapport à ceux du 9M09 résulte : (i) d'une baisse des charges nettes d'intérêt due à un endettement net réduit et d'une baisse des charges de désactualisation due à une diminution des emprunts bancaires dans le poids de la dette totale du groupe , (ii) de variations de change favorables imputables aux fluctuations des devises EUR/USD et (iii) de contrats dérivés conclus pour couvrir les risques associés aux différents programmes de paiements basés sur des actions.

Au cours du 3T10, la hausse des autres résultats financiers de 105 millions d'USD s'explique principalement par des gains non matérialisés provenant de contrats dérivés liés à nos programmes de paiements basés sur des actions et à l'effet favorable des fluctuations de taux de change.

Les **coûts financiers nets non-récurrents** comprennent un ajustement à la valeur de marché négatif unique de 49 millions d'USD au 3T10 et de 531 millions d'USD au cours des 9M10, étant donné que certains swaps sur taux d'intérêt couvrant nos dettes senior ne sont plus qualifiés pour la comptabilité de couverture suite au refinancement et aux remboursements avant leur échéance. Les coûts financiers nets non-récurrents des 9M10 incluent également des charges de désactualisation additionnelles de 190 millions d'USD.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 3 novembre 2010 – 14 / 22



Alors que les charges de désactualisation sont un élément non-cash, l'équivalent de trésorerie de l'ajustement à la valeur de marché négatif sera étalé sur le dernier trimestre de 2010 et en 2011.

Tableau 5 - Coûts financiers nets (millions d'usd)

	3T09	3T10	9M09	9M10
	Rapporté		Rapporté	
Charges nettes d'intérêts	-815	-664	-2 546	-2 049
Charges de désactualisation	-131	-35	-339	-113
Autres résultats financiers	-25	105	-79	149
Coûts financiers nets	-971	-594	-2 964	-2 013
Ajustement à la valeur de marché	5	-49	5	-531
Charges de désactualisation accélérées	-	-	-	-190
Coûts financiers nets non-récurrents	5	-49	5	-721
	-966	-643	-2 959	-2 734

Quote-part dans le résultat des entreprises associées

Le 3T10 a enregistré une quote-part dans le résultat des entreprises associées de 162 millions d'USD par rapport à 157 millions d'USD au 3T09, et de 395 millions d'USD au cours des 9M10 par rapport à 385 millions d'USD au cours des 9M09, ce qui est imputable aux résultats de Grupo Modelo au Mexique.

Impôt sur le résultat

L'impôt sur le résultat au 3T10 était de 547 millions d'USD, avec un taux d'imposition effectif de 24,3 %, alors qu'au 3T09, l'impôt sur le résultat s'élevait à 601 millions d'USD, avec un taux d'imposition effectif de 26,3 %. L'impôt sur le résultat des 9M10 s'élevait à 1 372 millions d'USD, comparé à 1 421 millions d'USD pour les 9M09. Le taux d'imposition effectif a diminué de 27,2 % pour les 9M09 à 26,5 % pour les 9M10.

La différence entre les périodes des 3T10 et 9M10 et les périodes correspondantes de l'année précédente s'explique principalement par un changement du mix de bénéfices dans les pays qui ont des taux marginaux d'imposition inférieurs. Ces effets ont été partiellement atténués par la non-déductibilité de certaines charges non-récurrentes liées au refinancement et au remboursement de nos dettes senior. La société continue de bénéficier, au niveau d'AmBev, de l'impact des intérêts notionnels et de l'effet de la déduction fiscale sur le goodwill résultant de la fusion d'InBev Holding Brazil et d'AmBev en juillet 2005 et de l'acquisition de Quinsa en août 2006.

Sans tenir compte de l'incidence fiscale sur les éléments non-récurrents, le taux d'imposition normalisé était de 23,8 % au 3T10 et de 24,8 % au cours des 9M10, comparé à respectivement 32,1 % et 28,9 % au 3T09 et au cours des 9M09.

Bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires

Le bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires s'élevait à 426 millions d'USD au 3T10, soit une hausse par rapport à 298 millions d'USD au 3T09, et était de 1 147 millions d'USD au cours des 9M10, soit une hausse par rapport à 853 millions d'USD au cours des 9M09, suite à la forte performance d'AmBev et aux effets de change.

Bénéfice normalisé

Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs de capitaux propres d'Anheuser-Busch InBev s'élevait à 1 489 millions d'USD au 3T10, comparé à 1 132 millions d'USD au 3T09, et à

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 3 novembre 2010 – 15 / 22

3 820 millions d'USD au cours des 9M10, comparé à 3 050 millions d'USD au cours des 9M09.

BPA normalisé

Le BPA normalisé du 3T10 est de 0,94 USD, par rapport à 0,72 USD au 3T09. Le BPA normalisé des 9M10 est de 2,40 USD, par rapport à 1,93 USD pour les 9M09. Le Tableau 6 réconcilie les chiffres du BPA normalisé et ceux du BPA de base :

Tableau 6 - Bénéfice par action

	3T09 Rapporté	3T10	9M09 Rapporté	9M10
Bénéfice normalisé par action (usd)	0.72	0.94	1.93	2.40
Eléments non-récurrents, après impôts, attribuables aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev, par action	0.26	-0.01	0.18	-0.06
Coûts financiers nets non-récurrents, après impôts, attribuables aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev, par action	-	-0.03	-	-0.42
Bénéfice de base par action (usd)	0.98	0.90	2.11	1.92

Réconciliation entre l'EBITDA normalisé et le bénéfice attribuable aux porteurs de capitaux propres

L'EBITDA normalisé et l'EBIT normalisé sont des indicateurs utilisés par Anheuser-Busch InBev pour démontrer les performances sous-jacentes de la société.

L'EBITDA normalisé est calculé sans tenir compte des effets suivants du bénéfice attribuable aux porteurs de capitaux propres d'Anheuser-Busch InBev : (i) intérêts minoritaires, (ii) impôt sur le résultat, (iii) quote-part dans les résultats des entreprises associées, (iv) coût financier net, (v) coût financier net non-récurrent, (vi) éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT et (vii) amortissements et dépréciation.

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

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 3 novembre 2010 – 16 / 22



Tableau 7 - Reconciliation de l'EBITDA normalisé et bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev (millions d'usd)

	3T10 Rapporté	3Q10	3T10 Rapporté	9M10
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 546	1 434	3 334	3 058
Intérêts minoritaires	298	426	853	1 147
Bénéfice	1 844	1 860	4 187	4 205
Impôts sur le résultat	601	547	1 421	1 372
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	-157	-162	-385	-395
Coûts financiers nets non-récurrents	-5	49	-5	721
Coûts financiers nets	971	594	2 964	2 013
Eléments non-récurrents	-412	9	-318	192
Bénéfice d'exploitation (EBIT) avant éléments non-récurrents	2 842	2 897	7 864	8 108
Amortissements et dépréciations	707	636	2 068	1 866
EBITDA normalisé	3 549	3 533	9 932	9 974

ÉVÉNEMENTS RÉCENTS

Une filiale d'Anheuser-Busch InBev, Anheuser-Busch InBev Worldwide Inc., a annoncé le 12 octobre 2010 qu'elle avait déposé une déclaration d'enregistrement sur formulaire F-4 auprès de la 'United States Securities and Exchange Commission' (SEC) en vue de lancer une offre d'échange d'un montant maximal de 8,0 milliards d'USD. Anheuser-Busch InBev Worldwide proposerait d'échanger des obligations de type 144A émises dans le cadre d'une offre privée et non enregistrées contre des obligations librement négociables, enregistrées conformément au 'Securities Act' de 1933 et émises à des conditions substantiellement identiques. Ces obligations de types 144A non enregistrées ont été émises avant qu'AB InBev ne devienne une société déclarante conformément aux règles de la SEC.

Le 20 août 2010, notre filiale brésilienne cotée en bourse, Companhia de Bebidas das Américas - AmBev (« AmBev »), et Cerveceria Regional S.A (« Regional ») annonçaient leur intention de conclure une transaction visant à rapprocher leurs activités commerciales situées au Venezuela, par laquelle les actionnaires de Regional détenant le contrôle possèderaient dès la conclusion un intérêt de 85 % dans la société fusionnée et AmBev détiendrait les 15 % restants, cet intérêt pouvant potentiellement augmenter à 20% au cours des quatre années à venir. La transaction a été conclue le 20 octobre 2010 et sera reprise dans les états financiers du quatrième trimestre 2010.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 3 novembre 2010 – 17 / 22



ANNEXES

- Annexe 1 : Annexe 1 : informations sectorielles du troisième trimestre 2010 (3T10)
- Annexe 2 : Informations sectorielles pour les neuf premiers mois de 2010 (9M10)

Agenda du 3 novembre 2010

- Conférence téléphonique concernant les résultats du 3T10 et des 9M10 destinées aux investisseurs
15h00 CET / 14h00 BST / 10h00 EST - tous les détails concernant l'inscription sont disponibles sur http://www.ab-inbev.com/go/investors/events_calendar/9M10_results.cfm;

Les données financières relatives au troisième trimestre de l'année 2010 (3T10) présentées dans les Tableaux 3 à 7 du présent communiqué de presse sont extraites des états financiers intermédiaires consolidés non-audités condensés du groupe arrêtés au 30 septembre 2010 et pour la période de neuf mois close à cette date, qui ont fait l'objet d'un examen limité par notre commissaire PricewaterhouseCoopers Réviseurs d'Entreprises SCCRL conformément aux normes du 'Public Company Accounting Oversight Board (United States)'. Le commissaire a conclu que, sur la base de son examen limité, aucun fait n'a été porté à sa connaissance, qui tendrait à indiquer que ces états financiers intermédiaires n'ont pas été établis, sous tous égards significativement importants, conformément à la norme IAS 34 "Information financière intermédiaire", telle que publiée par l'IASB et adoptée par l'Union européenne.

Mentions légales :

Le présent communiqué de presse contient certaines déclarations de nature prévisionnelle qui reflètent l'opinion actuelle de la direction d'Anheuser-Busch InBev à propos, notamment, des objectifs stratégiques d'Anheuser Busch InBev, de ses perspectives commerciales, de sa future situation financière, de ses budgets, de ses niveaux projetés de production, du montant projeté de ses coûts et des niveaux projetés de ses produits et bénéfices, et des synergies qu'elle est capable de réaliser. Ces déclarations comportent des risques et des incertitudes. L'aptitude d'Anheuser-Busch InBev à atteindre ces buts et objectifs dépend de nombreux facteurs, dont certains sont extérieurs et échappent au contrôle de la direction. Dans certains cas, des termes comme « estimer », « envisager », « prévoir », « anticiper », « planifier », « cibler », l'indicatif futur et d'autres expressions similaires sont utilisés pour identifier des déclarations de nature prévisionnelle. Toutes déclarations autres que l'évocation de faits historiques sont de nature prévisionnelle. Il y a lieu de ne pas se fier de manière excessive à ces déclarations de nature prévisionnelle. Intrinsèquement, des déclarations de nature prévisionnelle comportent des risques et des incertitudes, étant donné qu'elles sont le reflet des attentes et des hypothèses actuelles d'Anheuser-Busch InBev à propos d'événements et circonstances futurs qui peuvent ne pas s'avérer exacts. Les résultats réels peuvent s'écarter substantiellement de ceux prévus dans de telles déclarations de nature prévisionnelle pour plusieurs raisons, notamment les risques décrits sous le point 3.D du Rapport annuel d'Anheuser-Busch InBev sur le formulaire 20-F déposé auprès de la 'Securities and Exchange Commission' des Etats-Unis le 15 avril 2010. Anheuser-Busch InBev ne peut assurer que les résultats, le niveau d'activité, la performance ou les réalisations futurs d'Anheuser-Busch InBev seront conformes aux attentes reflétées dans les déclarations de nature prévisionnelle. Anheuser-Busch InBev rejette toute obligation de mise à jour de ces déclarations de nature prévisionnelle quelles qu'elles soient après la date de publication du présent communiqué de presse.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 3 novembre 2010 – 18 / 22



À propos d'Anheuser-Busch InBev

Anheuser-Busch InBev est une entreprise cotée en bourse (Euronext : ABI) basée à Leuven, en Belgique, avec une cotation secondaire au New York Stock Exchange (NYSE : BUD) au travers des American Depositary Receipts. La société est le brasseur leader au niveau mondial et l'une des cinq plus grandes sociétés de biens de consommation au monde. En tant que société réellement tournée vers les consommateurs et dynamisée par les ventes, Anheuser-Busch InBev s'appuie sur un portefeuille de bien plus de 200 marques de bière comprenant les marques phares mondiales Budweiser, Stella Artois et Beck's, des marques multi-pays à forte croissance, telles que Leffe et Hoegaarden, ainsi que des forts 'champions locaux', comme Bud Light, Skol, Brahma, Quilmes, Michelob, Harbin, Sedrin, Klinskoye, Sibirskaia Korona, Chernigivske et Jupiler, entre autres. La société possède également une participation de 50 pour cent dans la filiale d'exploitation de Grupo Modelo, le brasseur leader au Mexique et le propriétaire de la marque mondiale Corona. Le dévouement à l'héritage et la qualité d'Anheuser-Busch InBev trouve ses origines dans des traditions brassicoles qui datent de 1366, du temps de la brasserie Den Hoorn à Louvain en Belgique, et dans l'esprit innovateur de la brasserie d'Anheuser, dont les origines datent de 1852, à St. Louis aux Etats-Unis. Géographiquement diversifiée avec une exposition équilibrée sur les marchés émergents et développés, Anheuser-Busch InBev emploie les forces collectives de ses quelque 116 000 collaborateurs basés dans des opérations dans 23 pays du monde entier. La société aspire à être La Meilleure Entreprise Brassicole dans un Monde Meilleur. En 2009, la société a réalisé des produits d'un montant de 36,8 milliards d'USD. Pour plus d'informations, consultez notre site internet : www.ab-inbev.com.

Contacts Anheuser-Busch InBev :

Médias

Marianne Amssoms

Tél. : +1-212-573-9281

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

Karen Couck

Tél. : +32-16-27-69-65

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

Investisseurs

Robert Ottenstein

Tél. : +1-212-573-4365

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

Thelke Gerdes

Tél. : +32-16-27-68-88

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

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 3 novembre 2010 – 19 / 22



Annexe 1

AB InBev au niveau mondial	3T09	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T10	Croissance interne
Base de référence						
Volumes totaux (milliers d'hl's)	102 044	452	-	4 203	106 699	4,1%
Dont volumes de nos bières	90 444	452	-	3 682	94 578	4,1%
Produits	8 808	-50	88	477	9 323	5,4%
Coûts des ventes	-4 013	16	-16	-117	-4 130	-2,9%
Marge brute	4 795	-34	72	361	5 193	7,6%
Frais de distribution	-657	-	-9	-88	-753	-13,4%
Frais commerciaux et de marketing	-1 200	32	-1	-62	-1 231	-5,3%
Frais administratifs	-507	-	8	19	-480	3,7%
Autres produits/charges d'exploitation	115	2	7	45	168	38,5%
EBIT normalisé	2 546	-1	78	274	2 897	10,8%
EBITDA normalisé	3 169	-1	77	288	3 533	9,1%
Marge EBITDA normalisé	36,0%				37,9%	125 bps

Amérique du Nord	3T09	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T10	Croissance interne
Base de référence						
Volumes totaux (milliers d'hl's)	35 275	-	-	-525	34 750	-1,5%
Produits	4 058	-14	35	-3	4 076	-0,1%
Coûts des ventes	-1 897	2	-8	98	-1 806	5,1%
Marge brute	2 162	-12	27	94	2 270	4,4%
Frais de distribution	-208	-	-5	6	-207	3,0%
Frais commerciaux et de marketing	-461	-	-4	33	-431	7,2%
Frais administratifs	-155	-	-	30	-124	19,7%
Autres produits/charges d'exploitation	16	4	-	-6	14	-31,3%
EBIT normalisé	1 354	-8	18	158	1 522	11,7%
EBITDA normalisé	1 583	-8	20	152	1 746	9,6%
Marge EBITDA normalisé	39,0%				42,8%	379 bps

Amérique latine Nord	3T09	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T10	Croissance interne
Base de référence						
Volumes totaux (milliers d'hl's)	25 803	-	-	2 970	28 773	11,5%
Produits	1 838	-	144	333	2 315	18,1%
Coûts des ventes	-615	-	-42	-137	-794	-22,3%
Marge brute	1 224	-	102	196	1 521	16,0%
Frais de distribution	-194	-	-14	-69	-278	-35,8%
Frais commerciaux et de marketing	-240	-	-14	-36	-289	-14,9%
Frais administratifs	-132	-	-6	10	-128	7,5%
Autres produits/charges d'exploitation	63	-	8	21	92	32,5%
EBIT normalisé	721	-	76	121	918	16,8%
EBITDA normalisé	831	-	83	136	1 051	16,4%
Marge EBITDA normalisé	45,2%				45,4%	-65 bps

Amérique latine Sud	3T09	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T10	Croissance interne
Base de référence						
Volumes totaux (milliers d'hl's)	7 208	-	-	149	7 357	2,1%
Produits	419	-	-9	70	480	16,8%
Coûts des ventes	-170	-	4	-34	-199	-19,9%
Marge brute	249	-	-4	36	281	14,7%
Frais de distribution	-37	-	1	-3	-39	-8,6%
Frais commerciaux et de marketing	-52	-	1	-8	-59	-15,7%
Frais administratifs	-20	-	-	-1	-21	-3,6%
Autres produits/charges d'exploitation	-4	-	-	1	-3	19,1%
EBIT normalisé	135	-	-2	25	159	18,5%
EBITDA normalisé	172	-	-2	30	199	17,2%
Marge EBITDA normalisé	41,0%				41,4%	15 bps

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 3 novembre 2010 – 20 / 22



Annexe 1

Europe de l'Ouest	3T09 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T10	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	8 784	-31	-	-442	8 311	-5,0%
Dont volumes de nos bières	7 888	-31	-	-355	7 502	-4,5%
Produits	1 171	-4	-104	-64	999	-5,5%
Coûts des ventes	-548	-	45	35	-468	6,5%
Marge brute	623	-4	-59	-29	531	-4,6%
Frais de distribution	-109	-	11	-1	-99	-1,0%
Frais commerciaux et de marketing	-192	4	20	-4	-172	-2,2%
Frais administratifs	-79	-	9	-6	-76	-8,2%
Autres produits/charges d'exploitation	21	-	-1	14	33	66,3%
EBIT normalisé	264	-	-21	-27	216	-10,1%
EBITDA normalisé	362	-	-31	-23	308	-6,4%
Marge EBITDA normalisé	30,9%				30,9%	-31 bps
Europe Centrale et de l'Est	3T09 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T10	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	7 714	-	-	655	8 369	8,5%
Produits	449	-	15	51	516	11,4%
Coûts des ventes	-224	-	-6	-26	-256	-11,4%
Marge brute	225	-	9	26	260	11,5%
Frais de distribution	-41	-	-2	-15	-58	-36,6%
Frais commerciaux et de marketing	-78	-	-3	-23	-103	-29,2%
Frais administratifs	-26	-	-	-	-26	-
Autres produits/charges d'exploitation	2	-	-	-2	-	-81,3%
EBIT normalisé	82	-	5	-13	74	-16,3%
EBITDA normalisé	137	-	6	-20	122	-14,6%
Marge EBITDA normalisé	30,4%				23,7%	-710 bp
Asie-Pacifique	3T09 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T10	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	16 068	68	-	1 269	17 405	7,9%
Produits	515	-23	12	64	569	13,1%
Coûts des ventes	-260	-6	-6	-36	-308	-13,6%
Marge brute	256	-28	5	28	261	12,4%
Frais de distribution	-35	-	-1	-9	-44	-25,6%
Frais commerciaux et de marketing	-135	27	-3	-20	-131	-18,5%
Frais administratifs	-30	-	-	-5	-35	-18,1%
Autres produits/charges d'exploitation	6	-	-	14	19	245,6%
EBIT normalisé	62	-1	1	8	70	12,5%
EBITDA normalisé	110	-1	3	15	127	13,5%
Marge EBITDA normalisé	21,3%				22,2%	9 bps
Exportations Globales et Sociétés Holding	3T09 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	3T10	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	1 192	415	-	127	1 734	7,9%
Produits	357	-9	-6	26	369	7,5%
Coûts des ventes	-299	20	-3	-17	-299	-6,1%
Marge brute	58	11	-8	9	69	13,2%
Frais de distribution	-33	-	2	4	-27	11,1%
Frais commerciaux et de marketing	-42	1	2	-5	-45	-11,9%
Frais administratifs	-66	-	5	-9	-70	-13,5%
Autres produits/charges d'exploitation	10	-3	-1	4	12	53,9%
EBIT normalisé	-73	9	-	3	-61	4,7%
EBITDA normalisé	-25	8	-2	-1	-20	-4,8%

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 3 novembre 2010 – 21 / 22



Annexe 2						
AB InBev au niveau mondial	9M09 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M10	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	290 947	1 209	-	6 985	299 141	2,4%
Dont volumes de nos bières	255 953	972	-	5 932	262 857	2,3%
Produits	24 835	-107	1 129	967	26 824	3,9%
Coûts des ventes	-11 402	-28	-345	-184	-11 959	-1,6%
Marge brute	13 433	-135	783	783	14 865	5,9%
Frais de distribution	-1 846	-1	-127	-154	-2 128	-8,3%
Frais commerciaux et de marketing	-3 259	74	-130	-215	-3 530	-6,8%
Frais administratifs	-1 545	-19	-49	138	-1 475	8,9%
Autres produits/charges d'exploitation	458	-157	30	44	376	14,7%
EBIT normalisé	7 241	-238	507	597	8 108	8,5%
EBITDA normalisé	9 055	-238	565	591	9 974	6,7%
Marge EBITDA normalisé	36,5%				37,2%	96 bps
Amérique du Nord	9M09 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M10	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	103 666	-	-	-3 736	99 930	-3,6%
Produits	11 883	-40	182	-287	11 738	-2,4%
Coûts des ventes	-5 547	-52	-48	307	-5 341	5,5%
Marge brute	6 337	-92	134	19	6 397	0,3%
Frais de distribution	-600	-	-32	38	-594	6,4%
Frais commerciaux et de marketing	-1 252	-	-22	69	-1 205	5,5%
Frais administratifs	-450	-19	-6	67	-408	14,3%
Autres produits/charges d'exploitation	204	-154	-	-10	41	-19,2%
EBIT normalisé	4 239	-265	74	184	4 231	4,6%
EBITDA normalisé	4 930	-265	83	154	4 902	3,3%
Marge EBITDA normalisé	41,5%				41,8%	231 bps
Amérique latine Nord	9M09 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M10	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	75 762	-	-	9 374	85 136	12,4%
Produits	4 949	-	976	934	6 859	18,9%
Coûts des ventes	-1 601	-	-295	-392	-2 287	-24,5%
Marge brute	3 349	-	681	542	4 572	16,2%
Frais de distribution	-516	-	-98	-170	-784	-32,8%
Frais commerciaux et de marketing	-654	-	-108	-103	-864	-15,7%
Frais administratifs	-364	-	-50	18	-396	4,9%
Autres produits/charges d'exploitation	153	-	31	26	211	17,1%
EBIT normalisé	1 967	-	457	314	2 738	15,9%
EBITDA normalisé	2 271	-	508	347	3 125	15,3%
Marge EBITDA normalisé	45,9%				45,6%	-138 bps
Amérique latine Sud	9M09 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M10	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	23 050	306	-	-33	23 322	-0,1%
Produits	1 302	12	-39	185	1 460	14,2%
Coûts des ventes	-521	-7	18	-74	-583	-14,2%
Marge brute	782	5	-20	111	877	14,3%
Frais de distribution	-115	-1	4	-7	-119	-6,3%
Frais commerciaux et de marketing	-129	-1	4	-40	-166	-30,8%
Frais administratifs	-54	-	1	1	-53	1,0%
Autres produits/charges d'exploitation	-5	-	-	-1	-5	-21,6%
EBIT normalisé	479	2	-12	64	534	13,3%
EBITDA normalisé	585	3	-15	77	650	13,1%
Marge EBITDA normalisé	45,0%				44,5%	-44 bps

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 3 novembre 2010 – 22 / 22



Annexe 2						
Europe de l'Ouest	9M09 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M10	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	24 235	347	-	-524	24 058	-2,1%
Dont volumes de nos bières	21 606	347	-	-216	21 737	-1,0%
Produits	3 145	-14	-71	-85	2 975	-2,7%
Coûts des ventes	-1 490	-	26	74	-1 390	5,0%
Marge brute	1 655	-14	-45	-10	1 585	-0,6%
Frais de distribution	-314	-	8	8	-299	2,4%
Frais commerciaux et de marketing	-557	14	15	-11	-539	-2,1%
Frais administratifs	-260	-	6	31	-224	11,9%
Autres produits/charges d'exploitation	61	-	-1	-2	58	-2,9%
EBIT normalisé	583	-	-17	15	581	2,6%
EBITDA normalisé	864	-	-24	8	848	0,9%
Marge EBITDA normalisé	27,5%				28,5%	102 bps
Europe Centrale et de l'Est	9M09 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M10	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	21 662	-455	-	-205	21 002	-1,0%
Produits	1 196	-	69	-1	1 265	-0,1%
Coûts des ventes	-611	-	-33	-23	-668	-3,7%
Marge brute	585	-	36	-24	597	-4,1%
Frais de distribution	-121	-	-9	-15	-145	-12,2%
Frais commerciaux et de marketing	-210	-	-18	-46	-273	-21,8%
Frais administratifs	-88	-	-3	16	-76	17,7%
Autres produits/charges d'exploitation	2	-	-	-	2	-1,7%
EBIT normalisé	167	-	7	-69	105	-41,3%
EBITDA normalisé	320	-	15	-83	251	-26,0%
Marge EBITDA normalisé	26,7%				19,9%	-690 bps
Asie-Pacifique	9M09 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M10	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	38 448	149	-	2 050	40 648	5,3%
Produits	1 324	-47	16	102	1 394	8,0%
Coûts des ventes	-725	-15	-9	-26	-775	-3,6%
Marge brute	600	-63	7	75	619	14,0%
Frais de distribution	-89	-	-1	-16	-106	-17,7%
Frais commerciaux et de marketing	-343	59	-4	-65	-353	-22,7%
Frais administratifs	-97	-	-1	-7	-104	-6,7%
Autres produits/charges d'exploitation	14	-	-	17	30	125,5%
EBIT normalisé	83	-4	1	5	86	6,0%
EBITDA normalisé	225	-2	3	14	240	6,4%
Marge EBITDA normalisé	17,0%				17,2%	-25 bps
Exportation Globales et Sociétés Holding	9M09 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	9M10	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	4 124	862	-	59	5 045	1,2%
Produits	1 035	-18	-5	120	1 133	11,8%
Coûts des ventes	-906	47	-5	-50	-915	-5,8%
Marge brute	129	29	-10	70	218	44,6%
Frais de distribution	-90	-	1	8	-80	8,6%
Frais commerciaux et de marketing	-114	3	2	-20	-130	-17,9%
Frais administratifs	-232	-	4	13	-214	5,5%
Autres produits/charges d'exploitation	28	-3	-	14	39	54,3%
EBIT normalisé	-278	29	-3	85	-167	34,0%
EBITDA normalisé	-139	26	-4	75	-43	66,0%