

Brussel, 3 maart 2011 – 1 / 25

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 haar resultaten bekend voor het volledige jaar en het vierde kwartaal van 2010

Tenzij anders aangegeven, zijn onderstaande toelichtingen gebaseerd op interne groeicijfers en verwijzen ze naar 4Q10 en FY10 vergeleken met dezelfde periode vorig jaar. Zie pagina 3 voor belangrijke disclaimers.

HOOGTEPUNTEN

- **Opbrengstengroei:** De opbrengsten stegen met 4,4% in FY10 en met 5,9% in 4Q10, en de opbrengsten per hectoliter (hl) namen toe met 2,3% in FY10 en met 5,0% in 4Q10. 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 FY10 intern met 3,6% en in 4Q10 met 6,0% zijn gestegen.
- **Volumeprestaties:** Het totale volume en het volume eigen bieren kende in FY10 een stijging van 2,1%, en het volume niet-bieren kende een groei van 3,8%. In 4Q10 namen het totale volume en het volume eigen bieren met 1,4% toe, terwijl het volume niet-bieren met 2,0% toenam.
- **Belangrijkste merken:** Het volume van onze belangrijkste merken steeg in FY10 met 4,8%; de sterkste stijgers waren Skol, Brahma en Antarctica in Brazilië, Harbin en Budweiser in China, en Budweiser in het Verenigd Koninkrijk. Het volume Budweiser steeg wereldwijd met 1,7% in FY10. In 4Q10 steeg het volume belangrijkste merken met 4,8%.
- **Stijging marktaandeel:** In FY10 hebben we ons marktaandeel vergroot of behouden op markten die goed zijn voor meer dan de helft van onze totale biervolumes.
- **Kostprijs Verkochte Goederen:** De Kostprijs Verkochte Goederen (KVG) steeg met 1,1% in FY10 en daalde intern met 1,2% per hl. In 4Q10 daalde de KVG met 0,2% en met 0,5% per hl. Bij een constante geografische basis steeg de KVG per hl met 0,6% in FY10 en met 0,5% in 4Q10.
- **Synergieën:** 620 miljoen USD aan synergieën gerelateerd aan de combinatie met Anheuser-Busch in FY10, waaronder 170 miljoen USD aan synergieën in 4Q10, wat betekent dat we aan het einde van 2010 in totaal al 1 980 miljoen USD aan synergieën gerealiseerd hebben.
- **EBITDA:** De genormaliseerde EBITDA voor FY10 steeg met 10,6% tot 13 869 miljoen USD, en de EBITDA-marge bedroeg 38,2% tegenover 35,8% in FY09, een stijging met 209 basispunten op interne basis. De EBITDA voor 4Q10 steeg met 21,9% tot 3 895 miljoen USD, en de marge bedroeg 41,1%, een interne verbetering met 520 basispunten, ten gevolge van verbeteringen van de EBITDA-marge in alle operationele Zones.
- **Winst:** De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev kende een stijging met 28,3% tot 5 040 miljoen USD in FY10 vergeleken met 3 927 miljoen USD in FY09 op gerapporteerde basis, en groeide met 39% tot 1 219 miljoen USD in 4Q10 tegenover 877 miljoen USD in 4Q09 op gerapporteerde basis, wat blijkt geeft van een sterk operationeel resultaat. De winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev daalde in FY10 met 12,7% tot 4 026 miljoen USD ten gevolge van de eenmalige meerwaarden uit de verkoop van activa voor een bedrag van 1 541 miljoen USD in FY09.
- **Eenmalige financiële kosten:** De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev voor FY10 is exclusief 192 miljoen USD aan versnelde toerekeningskosten (non-cash) en 733 miljoen USD aan negatieve aanpassingen aan marktwaarde voor afdekkingen die niet langer effectief zijn. De

PERSBERICHT

Brussel, 3 maart 2011 – 2 / 25



genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev voor 4Q10 is exclusief 202 miljoen USD aan negatieve aanpassingen aan marktwaarde.

- **Nettoschuld:** Op 31 december 2010 bedroeg onze nettoschuld 39,7 miljard USD, een daling met 5,5 miljard USD tegenover 31 december 2009, terwijl de verhouding tussen de nettoschuld en de genormaliseerde EBITDA 2,9 bedroeg tegenover 3,7 een jaar geleden, op referentiebasis.
- **Dividend:** De Raad van Bestuur van AB InBev stelt voor om een dividend van 0,80 euro per aandeel uit te keren, mits goedkeuring door de aandeelhouders. Bij goedkeuring zullen de aandelen ex-coupon noteren vanaf 27 april 2011 en zullen de dividenden vanaf 2 mei 2011 betaalbaar gesteld worden. De registratiedatum is 29 april 2011.
- Het **Jaarverslag 2010** en de het Financieel Rapport zijn beschikbaar op onze website www.ab-inbev.com.

Tabel 1. Geconsolideerde resultaten (miljoen USD)

	FY10	FY09	FY09	Interne
		Gerapporteerd	Referentiebasis	groei
Volumes (duizend hls)	398 918	408 603	391 070	2.1%
Biervolumes	352 932	364 540	347 007	1.9%
Waarvan eigen bieren	347 811	358 781	341 375	2.1%
Niet-biervolumes	45 986	44 063	44 063	3.8%
Opbrengsten	36 297	36 758	33 862	4.4%
Brutowinst	20 146	19 560	18 330	7.2%
Genormaliseerde EBITDA	13 869	13 037	12 109	10.6%
Genormaliseerde EBIT	11 165	10 248	9 600	13.6%
Genormaliseerde winst toe te kennen aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten	5 040	3 927		
Toe te kennen winst aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten	4 026	4 613		
Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten) (USD)	3.17	2.48		
Winst per aandeel (USD)	2.53	2.91		
Marges				
Brutomarge	55.5%	53.2%	54.1%	145 bp
Genormaliseerde EBITDA marge	38.2%	35.5%	35.8%	209 bp
Genormaliseerde EBIT marge	30.8%	27.9%	28.4%	244 bp

PERSBERICHT

Brussel, 3 maart 2011 – 3 / 25



	4Q10	4Q09 Gerapporteerd	4Q09 Referentiebasis	Interne groei
Volumes (duizend hls)	99 776	101 720	100 123	1.4%
Biervolumes	86 164	88 339	86 742	1.3%
Waarvan eigen bieren	84 953	87 014	85 422	1.4%
Niet-biervolumes	13 612	13 381	13 381	2.0%
Opbrengsten	9 473	9 297	9 026	5.9%
Brutowinst	5 281	4 993	4 896	11.0%
Genormaliseerde EBITDA	3 895	3 105	3 054	21.9%
Genormaliseerde EBIT	3 057	2 384	2 359	28.5%
Genormaliseerde winst toe te kennen aan houders van AB InBev eigen- vermogensinstrumenten	1 219	877		
Toe te kennen winst aan houders van AB InBev eigen- vermogensinstrumenten	968	1 280		
Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten) (USD)	0.77	0.55		
Winst per aandeel (USD)	0.61	0.81		
Marges				
Brutomarge	55.7%	53.7%	54.2%	263 bp
Genormaliseerde EBITDA marge	41.1%	33.4%	33.8%	520 bp
Genormaliseerde EBIT marge	32.3%	25.6%	26.1%	571 bp

De gerapporteerde cijfers van Anheuser-Busch InBev voor FY10 en FY09 zijn gebaseerd op de geauditeerde geconsolideerde jaarrekening, opgesteld in overeenstemming met IFRS. Tenzij anders vermeld, zijn de cijfers gepresenteerd in miljoen USD.

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 4Q09 en FY09 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 of de transfer van activiteiten tussen segmenten, winsten en verliezen uit hoofde van inperking of beëindiging van een regeling en jaar-op-jaar wijzigingen in boekhoudkundige inschattingen en andere veronderstellingen waarvan het management oordeelt dat ze geen deel zijn van de onderliggende prestaties van het bedrijf.

Alle verwijzingen 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 hl en lagere kostprijs verkochte goederen per hl, te elimineren, tonen we, waar aangegeven, ook de interne groeicijfers per hl 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 een '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 4Q10 en FY10 is gebaseerd op een gewogen gemiddelde van 1 592 miljoen aandelen, vergeleken met 1 584 miljoen aandelen voor 4Q09 en FY09.

PERSBERICHT

Brussel, 3 maart 2011 – 4 / 25



COMMENTAAR VAN HET MANAGEMENT

Sinds de combinatie van Anheuser-Busch en InBev twee jaar geleden is er al veel gerealiseerd. Dankzij het harde werk en de inzet van onze medewerkers hebben we niet-kernactiviteiten afgestoten, aanzienlijke synergieën verwezenlijkt, de financiële positie versterkt en beste praktijken door de organisatie heen gedeeld en dit terwijl we een stevige opbrengstengroei realiseerden. Nu onze integratie afgerond is, beschikken we over een solide platform – getalenteerde en toegewijde medewerkers, een leidinggevende positie in de sector, de juiste merken, een sterke aanwezigheid op de aantrekkelijkste markten en financiële discipline – om de interessante opportuniteiten die we voor ons bedrijf zien voor duurzame winstgevende groei op een wereldwijde markt maximaal te benutten. We zijn trots op onze medewerkers voor het prachtige werk dat ze geleverd hebben om Anheuser-Busch en InBev te integreren tot AB InBev.

Onze volledige aandacht verschuift nu naar de uitdaging om op dit platform verder te bouwen en zo een consumptiegoederenbedrijf van wereldklasse te realiseren voor de 21^{ste} eeuw. Met dat doel voor ogen hebben we in 2010 heel veel vooruitgang geboekt. Enkele hoogtepunten:

- We hebben de reikwijdte van onze merken wereldwijd vergroot via onze sponsoring van de 2010 FIFA Wereldbeker. Met Budweiser als wereldwijde sponsor en merken zoals Brahma, Harbin, Jupiler, Hasseröder en Quilmes als lokale sponsors bood de FIFA Wereldbeker een unieke gelegenheid om een hechte band te smeden tussen onze merken en consumenten in meer dan 80 landen.*
- Er werden belangrijke stappen ondernomen om van Budweiser het eerste echte wereldwijde biermerk te maken op basis van haar iconische Amerikaanse waarden van plezier en optimisme. Dit jaar hebben we onze wereldwijde strategie voor het merk Budweiser gefinaliseerd, Bud gelanceerd in Rusland en een stijging van onze volumes en ons marktaandeel gerealiseerd op markten zoals China en het Verenigd Koninkrijk.*
- Innovatie op het vlak van producten, verpakking en marketingpraktijken hebben ons in staat gesteld om het groeipotentieel van uiteenlopende markten zoals Brazilië, China en Rusland aan te spreken. In Brazilië resulteerden innovaties in een ongeziene versnelling van de volume- en opbrengstengroei en het hoogste marktaandeel tot nog toe.*
- We hebben een solide groei gerealiseerd met betrekking tot een aantal belangrijke prestatie-indicatoren, waaronder het volume belangrijkste merken, totale opbrengsten, EBITDA en EBITDA-marge.*
- We hebben onze inspanningen om de getalenteerde mensen die we nodig zullen hebben om onze activiteiten in de toekomst uit te bouwen aan te werven, te behouden en te ontwikkelen opgevoerd met initiatieven zoals ons Global Management Trainee Program en AB InBev University-opleidingen in elk van onze Zones.*
- En we hebben verder gewerkt aan onze droom om het Beste Bierbedrijf in een Betere Wereld te zijn door beste praktijken te delen en door milieuprogramma's, gemeenschapsprogramma's en programma's die een verantwoorde consumptie promoten nog meer te ondersteunen.*

Onze financiële resultaten voor 2010 geven blijk van een goede vooruitgang ondanks de aanhoudende uitdagende economische omgeving op verschillende van onze markten. De opbrengsten groeiden met 4,4%, de EBITDA steeg met 10,6%, we verbeterden de EBITDA-

PERSBERICHT

Brussel, 3 maart 2011 – 5 / 25



marge met 209 basispunten en hebben een kasstroom van 9 905 miljoen USD gerealiseerd via onze operationele activiteiten. Dit creëert een solide platform voor toekomstige groei.

We geloven echter in continue verbetering en er zijn een aantal vlakken waarvan we weten dat we er nog vooruitgang kunnen boeken, waaronder:

- *De groei van de biercategorie leiden en als categoriekapitein optreden*
- *Het verder uitbouwen van ons portfolio luxemerken*
- *Initiatieven inzake opbrengstenbeheer en ons marktaandeel in het luxesegment vergroten*
- *De omvang en kwaliteit van ons potentieel inzake verpakkings- en productinnovaties en snellere wereldwijde implementatie van ideeën die hun nut bewezen hebben*
- *Volledig geïntegreerde commerciële planning en feilloze uitvoering op het terrein*

Onze managementteams hebben plannen gemaakt om deze behoeften in te vullen en de opportuniteiten in elk van hun markten te optimaliseren.

Het is belangrijk te benadrukken dat merkgezondheid en opbrengstengroei onze belangrijkste prioriteiten zijn en blijven. Voor onze twee grootste markten, de Verenigde Staten en Brazilië, ziet onze commerciële agenda voor 2011 er als volgt uit:

In de Verenigde Staten:

- *Bud Light verder helpen groeien. De merkgezondheid en het marktaandeel van het merkportfolio Bud Light kenden een nieuw jaar van groei. We zullen op dit succes voortbouwen met de voortgezette activatie op nationaal niveau van de bestaande platformen volledig geïntegreerd in onze commerciële plannen die tot doel hebben de merkgezondheid en het marktaandeel verder te verbeteren. Deze platformen omvatten onder andere Port Paradise, UFC en de Super Bowl, evenals nieuwe platformen zoals de NFL.*
- *De prestaties van Budweiser verder stabiliseren en verbeteren. De achteruitgang van het merk in de Verenigde Staten vertraagde naar het einde van 2010 toe en we zullen op dit platform voortbouwen in 2011.*
- *Inspelen op de groeiende vraag van de klant naar luxemerken door ons portfolio aan importbieren en traditionele bieren, merkenmarketing en onze distributiecapaciteiten maximaal te benutten*
- *Onze prijszetting verder verfijnen om onze lange termijn merkstrategieën te realiseren. In 2010 hebben we de prijs verhoogd van ons portfolio sub-luxebieren om het verschil met de luxebieren te verkleinen. We zullen naar mogelijkheden blijven zoeken om de prijssegmentatie in 2011 doorheen ons hele portfolio te verbeteren in lijn met onze merkstrategieën.*

In Brazilië:

- *Voortbouwen op de sterkte van onze drie hoofdmerken - Skol, Brahma en Antarctica.*
- *Bouwen op onze sterke innovatiepijlijn, gelinkt aan de ontplooiing van nieuwe initiatieven.*
- *Het segment van de luxebieren actief ontwikkelen, inclusief de lancering van Budweiser en tegelijkertijd de positie van Stella Artois verstevigen.*
- *Groei realiseren in regio's van het land waar we ondervertegenwoordigd zijn.*

Op al onze sleutelmarkten zullen we blijven investeren in onze belangrijkste merken, de manier waarop we beste praktijken inzake opbrengstenbeheer delen verbeteren, de kwaliteit van de uitvoering van onze verkoops- en bevoorradingsketen verder verhogen en onze discipline behouden inzake kosten- en risicobeheer.

VOORUITZICHTEN

De wereldwijde economie is zich nog aan het herstellen, aan een tempo dat varieert van land tot land. We zien Latijns-Amerika en Azië als regio's met goede vooruitzichten voor economische groei, terwijl voor bepaalde economieën de vooruitzichten nog steeds onduidelijk zijn. In onze grootste markt, de Verenigde Staten, zijn er eerste tekenen van een daling van de werkloosheidsgraad. Indien die duurzaam is, zou dit volgens ons het consumentenvertrouwen verbeteren en een positieve impact hebben op de bierindustrie.

Intussen zullen wij van onze leidinggevende posities in de belangrijkste markten gebruik maken om in 2011 onze verkoop- en marketinginvesteringen te vergroten met 5 à 10%. Zo zullen wij een nog sterkere positie hebben om ten volle voordeel te halen van het economisch herstel, markt per markt.

Aanhoudende investeringen in onze merken en dit samen met discipline inzake opbrengstenbeheer en een verbeterde merkenmix, zouden ons in staat moeten stellen een opbrengstengroei per hl te kunnen neerzetten, hoger dan de inflatie.

Wat verwachten dat de volumes voor het eerste kwartaal zwakker zullen zijn, vooral onder invloed van de hoge werkloosheidsgraad bij onze kernconsumenten in de Verenigde Staten alsook zware regenval in Brazilië, en dat we een groei zullen optekenen vanaf 2Q11 naar de tweede jaarhelft toe.

We verwachten dat de Kostprijs Verkochte Goederen per hl in 2011 met een laag eencijferig percentage zal groeien bij een constante geografische basis. Wereldwijde stijgingen van de grondstofkosten zouden moeten opgevangen worden door de afdekkingstrategie van het bedrijf, besparingen op het vlak van aankoopactiviteiten en verdere verhogingen van de efficiëntie van onze activiteiten.

Wat de synergieën van de integratie van Anheuser-Busch betreft, verwachten we dat we in 2011 tenminste de bijkomende 270 miljoen USD aan synergieën zullen realiseren die onze totaal gerealiseerde synergieën op het niveau brengt van ons engagement om in totaal 2,25 miljard USD te realiseren. We zien potentieel hogere synergieën door het delen van beste praktijken en het ten volle benutten van opportuniteiten inzake opbrengstengroei, om op meer dan 2,25 miljard USD uit te komen. Deze bedragen zullen in de toekomst echter niet afzonderlijk toegelicht worden, daar de integratie nagenoeg voltooid is.

Voor het volledige jaar 2011 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 zullen blijven verder investeren in de uitbreiding van onze capaciteit om aan de vraag in belangrijke groeimarkten te voldoen en om onze commerciële innovatiepijplijn verder uit te breiden. Bijgevolg verwachten we dat de netto investeringsuitgaven voor 2011 tussen 2,7 en 2,9 miljard USD zullen liggen, vergeleken met 2,1 miljard USD in 2010.

We blijven vastbesloten om onze schuldpositie verder af te bouwen en verwachten onze nettoschuld/EBITDA-ratio doelstelling van 2.0 te halen tegen 2012.

BELANGRIJKSTE MERKEN EN INNOVATIE

Ons vermogen om sterke, gezonde merken te ontwikkelen en te versterken droeg in belangrijke mate bij aan ons resultaat voor 2010. Voor het vierde jaar op rij zorgde onze strategie om te investeren in onze belangrijkste merken, namelijk de merken met het grootste groeipotentieel, voor een stijging van het volume en het marktaandeel. Het volume belangrijkste merken steeg met 4,8% in FY10, wat aanzienlijk beter is dan onze algemene volumestijging met 2,1%. Bovendien groeide het aandeel van de belangrijkste merken in onze eigen biervolumes tot 68,8% in FY10.

Enkele hoogtepunten:

- Budweiser kende voor het eerst in twintig jaar een wereldwijde volumestijging met 1,7% en boekte marktaandeelwinst in het Verenigd Koninkrijk, China en Canada. De volumegroei met dubbele cijfers buiten de Verenigde Staten compenseerde ruimschoots de volumedaling op de thuismarkt.
- We zagen positieve marktaandeeltrends voor onze belangrijkste merken in de Verenigde Staten. Het merkportfolio Bud Light, Stella Artois en Michelob Ultra wonnen marktaandeel, en de daling van het marktaandeel van Budweiser vertraagde in de loop van het jaar.
- We boekten ook sterke resultaten met Antarctica, Skol en Brahma in Brazilië, Harbin en Sedrin in China en Klinskoye in Rusland.
- Vier van AB InBev's belangrijkste merken staan in de Top 10 in Millward Brown's BrandZ™ Most Valuable Global Brands Report: Bud Light, Budweiser, Stella Artois and Skol. Bud Light en Budweiser voeren de ranking aan met respectievelijk de 1^{ste} en 2^{de} plaats.
- Bovenop het succes van onze sponsoring van de FIFA Wereldbeker hebben onze merken ook een positief effect ondervonden van de investeringen in innovaties, zoals Budweiser Lime in China, Stella Artois Black in het Verenigd Koninkrijk, Skol 360° en Antarctica Sub Zero in Brazilië, Quilmes Bajo Zero in Argentinië en Klinskoye Fresh in Rusland.
- Binnen het kader van ons aanhoudend engagement voor innovatie hebben we ook de lancering aangekondigd van Stella Artois Cidre in het Verenigd Koninkrijk en Jupiler Force in België in februari 2011.

PERSBERICHT

Brussel, 3 maart 2011 – 8 / 25



BEDRIJFSRESULTATEN

Voor gedetailleerde segmentinformatie inzake de financiële resultaten voor FY10 en 4Q10 wordt verwezen naar Bijlage 1 en Bijlage 2 bij dit persbericht.

Tabel 2. Volumes (duizend hls)

	FY09	Scope	Interne	FY10	Interne groei	
	Referentiebasis		groei		Totale volume	Volume eigen bieren
Noord-Amerika	133 593	-	-4 117	129 476	-3.1%	-3.0%
Latijns-Amerika Noord	109 794	-269	10 531	120 056	9.6%	10.5%
Latijns-Amerika Zuid	33 319	305	230	33 854	0.7%	3.9%
West-Europa	32 333	316	-816	31 833	-2.5%	-1.6%
Centraal- en Oost-Europa	27 454	-455	-249	26 750	-0.9%	-0.9%
Azië	48 914	-1 439	2 793	50 268	5.9%	5.9%
Globale Export en Holdingmaatschappijen	5 663	1 041	-23	6 681	-0.3%	-0.3%
AB InBev Wereldwijd	391 070	-501	8 349	398 918	2.1%	2.1%
	4Q09	Scope	Interne	4Q10	Interne groei	
	Referentiebasis		groei		Totale volume	Volume eigen bieren
Noord-Amerika	29 927	-	-382	29 545	-1.3%	-1.1%
Latijns-Amerika Noord	34 032	-269	1 157	34 920	3.4%	3.5%
Latijns-Amerika Zuid	10 269	-	264	10 533	2.6%	5.0%
West-Europa	8 098	-31	-292	7 775	-3.6%	-3.3%
Centraal- en Oost-Europa	5 792	-	-44	5 748	-0.8%	-0.7%
Azië	10 465	-1 589	743	9 619	8.4%	8.4%
Globale Export en Holdingmaatschappijen	1 539	179	-82	1 636	-4.8%	-4.8%
AB InBev Wereldwijd	100 123	-1 710	1 364	99 776	1.4%	1.4%

Noord-Amerika (NA)

De totale volumes in Noord-Amerika daalden met 3,1% in FY10 en met 1,3% in 4Q10.

In de Verenigde Staten was de hoge werkloosheidsgraad de belangrijkste oorzaak van de volumedaling in de sector, waarbij vooral het segment van de luxebieren en het segment van de sub-luxebieren getroffen werden. Dit viel samen met een verkleining van het prijsverschil tussen bier en wijn/sterke dranken tijdens de eindejaarsperiode.

De leveringsvolumes in de Verenigde Staten daalden met 3,0% in FY10 en met 0,9% in 4Q10, en de binnenlandse bierverkoop aan kleinhandelaars (VAK) gecorrigeerd voor het aantal verkoopdagen nam met 3,2% af in FY10 en met 3,1% in 4Q10. Onze prijsverhoging in september leidde tot een volumedaling van onze sub-luxemerken ten gevolge van onze beslissing om het prijsverschil tussen onze sub-luxebieren en onze luxebieren te verkleinen. De genormaliseerde opbrengsten per hl voor bier stegen met 3,0% in FY10 en met 4,1% in 4Q10. Het resultaat voor 4Q10 omvat het positieve effect van de prijsverhoging enerzijds en mixverbeteringen anderzijds. We schatten dat de merkenmix in 4Q10 voor een stijging van de netto opbrengsten per hl met 122 basispunten gezorgd heeft.

We hebben verbeteringen vastgesteld op het vlak van marktaandeel van al onze vier belangrijkste luxemerken: Bud Light, het merkportfolio Bud Light en Michelob Ultra hebben over het hele jaar gezien marktaandeel gewonnen; de daling van Budweisers marktaandeel is vertraagd; en Stella Artois heeft marktaandeel gewonnen op basis van een volumegroei met 20,6% over het volledige jaar.

PERSBERICHT

Brussel, 3 maart 2011 – 9 / 25



Het marktaandeel daalde in FY10 met een half procentpunt tegenover vorig jaar, vooral ten gevolge van verliezen bij de sub-luxemerken en de niet-belangrijkste merken waar we een beslissing genomen hebben om ons merkenportfolio te herbalanceren. Met uitzondering van Budweiser hebben onze belangrijkste luxemerken marktaandeel gewonnen of behouden.

In **Canada** daalden de biervolumes met 3,9% in FY10 en met 5,0% in 4Q10. De vraag bleef over heel de sector zwak, met als gevolg dat de sector in 2010 voor het tweede jaar op rij met 1,0% achteruitging na tien jaren van groei. Het marktaandeel nam over het hele jaar met ongeveer 120 basispunten af aangezien we ons bleven focussen op het vinden van een evenwicht tussen volume en rendabiliteit, wat tot betere EBITDA-resultaten geleid heeft.

De brutowinst in Noord-Amerika steeg in FY10 met 2,0% onder invloed van een opbrengstengroei per hl van 1,9% en een daling van de KVG per hl met 2,9%. Die betere KVG is te danken aan synergiebesparingen en efficiëntiewinsten in onze brouwerijen. De bedrijfskosten voor FY10 namen af wegens besparingen in overheadkosten en lagere brandstofkosten.

De EBITDA voor FY10 steeg met 6,5% tot 6 444 miljoen USD, terwijl de EBITDA-marge met 320 basispunten steeg tot 42,1%. De EBITDA voor 4Q10 steeg met 18,0% tot 1 542 miljoen USD terwijl de EBITDA-marge met 618 basispunten steeg tot 43,3%.

Latijns-Amerika Noord (LAN)

In LAN hebben we in FY10 een sterke volumegroei van 9,6% gerealiseerd, waarbij de biervolumes met 10,5% stegen en het volume frisdranken met 7,3% toenam. In 4Q10 stegen de totale volumes met 3,4%, waarbij het volume bieren een groei van 3,5% kende en het volume frisdranken met 3,4% toenam.

In **Brazilië** groeide het biervolume met 10,7% in FY10 onder invloed van de sterke groei van de sector alsook van marktaandeelwinsten door product- en verpakkingssinnovaties zoals Antarctica Sub Zero, de uitrol van een 1 liter-verpakking en van Skol 360. In FY10 bedroeg ons aandeel in de biermarkt gemiddeld 70,1%, een verbetering met 140 basispunten vergeleken met het gemiddelde voor FY09. In 4Q10 vertraagde de biervolumegroei tot 3,4% wegens een lagere groei in de sector en ten gevolge van onze prijsverhoging in 4Q10. Ons marktaandeel voor 4Q10 was 20 basispunten lager dan vorig jaar aangezien er een prijsverschil ontstond met onze concurrenten ten gevolge van prijsverhogingen die we in 4Q10 doorvoerden.

De opbrengsten per hl in LAN stegen met 6,8% in FY10 en met 9,9% in 4Q10 onder invloed van prijsverhogingen doorheen de Zone die tegen het eind van het jaar doorgevoerd werden. De KVG per hl steeg met 9,4% in FY10 en met 7,5% in 4Q10, vooral ten gevolge van hogere kosten voor blikjes en verpakkingen onder invloed van hogere prijzen voor ingevoerde blikjes en hogere suikerprijzen, wat gedeeltelijk gecompenseerd werd door lagere aluminiumprijzen.

De EBITDA steeg met 16,4% tot 4 780 miljoen USD met een kleine daling van de marge met 25 basispunten tot 47,7% aangezien hogere prijzen voor grondstoffen gerelateerd aan minder gunstige afdekkingen van suiker en duurdere geïmporteerde blikjes enerzijds en hogere distributiekosten anderzijds de opbrengstengroei en besparingen op het vlak van administratieve kosten teniet deden. In 4Q10 bedroeg de EBITDA 1 655 miljoen USD, een

PERSBERICHT

Brussel, 3 maart 2011 – 10 / 25



verbetering met 18,6%, terwijl de marge met 201 basispunten verbeterde tot 52,4%, vooral ten gevolge van opbrengstengroei en lagere overheadkosten.

Latijns-Amerika Zuid (LAS)

In FY10 kenden de volumes in LAS een stijging met 0,7% aangezien de solide groei van onze bieractiviteiten met 3,9% gedeeltelijk teniet gedaan werd door een daling van 4,2% binnen onze niet-bieractiviteiten ten gevolge van de zwakke industrie in Argentinië. In 4Q10 groeide het totale volume met 2,6%. De biervolumes stegen met 5,0% dankzij betere resultaten op de meeste van onze markten terwijl de volumes van niet-bieractiviteiten met 1,3% daalden.

De biervolumes in **Argentinië** stegen in FY10 met 1,7% en in 4Q10 met 5,4%, wat wijst op zwakke resultaten van de industrie tijdens de eerste helft van het jaar en verbeteringen tijdens de tweede helft. Effectieve marketingactiviteiten ter ondersteuning van de 120^{ste} verjaardag van het merk Quilmes en verdere groei van Stella Artois zorgen voor marktaandeelwinst in FY10. Het volume Stella Artois steeg met 7,7% in FY10, en Argentinië is nu de derde grootste markt van het merk na het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten.

In LAS steeg de EBITDA met 15,9% tot 1 009 miljoen USD in FY10. De EBITDA-marge bleef nagenoeg vlak aangezien de hogere Kostprijs Verkochte Goederen enerzijds en de verkoop- en marketingkosten ter ondersteuning van onze merken anderzijds de groei van de opbrengsten per hl in lijn met de inflatie teniet deden. De EBITDA voor 4Q10 steeg met 21,5% tot 358 miljoen USD, terwijl de EBITDA-marge met 45 basispunten steeg tot 49,6%.

West-Europa (WE)

In FY10 nam het volume eigen bieren met 1,6% af terwijl het totale volume, inclusief volumes uit onderaanneming, een daling van 2,5% kende. Volumegroei in het Verenigd Koninkrijk werd teniet gedaan door volumedalingen in Duitsland en België. In 4Q10 daalde het volume eigen bieren met 3,3% en namen de totale volumes in de Zone af met 3,6%, gedeeltelijk ten gevolge van slecht weer in december in de meeste landen.

Het volume eigen bieren in **België** daalde in FY10 met 4,9% wegens sociale acties in januari, toegenomen concurrentie in de grootdistributie en de impact van de slechte weersomstandigheden op het transport en verbruik in het vierde kwartaal, met een volumedaling van 10% in 4Q10 tot gevolg. Ondanks zware concurrentie in het kanaal van de grootdistributie hebben Jupiler en Leffe toch marktaandeel gewonnen in dit kanaal.

In **Duitsland** daalde het volume eigen bieren met 9,0% in FY10 en met 10,3% in 4Q10 onder invloed van zwakke resultaten van de industrie en een erg competitieve, prijsgedreven markt binnen de grootdistributie, met marktaandeelverlies tot gevolg. In deze moeilijke concurrentiële omstandigheden kozen we ervoor om ons eerder op waarde dan op volume te richten.

In het **Verenigd Koninkrijk** groeide het volume eigen bieren in FY10 met 3,4% onder invloed van de sterke resultaten van Budweiser, dat over het hele jaar een groei van 36,1% kende. In 4Q10 stegen de volumes met 2,4% ondanks het slechte weer in december. Onze activiteiten in het Verenigd Koninkrijk hebben zowel in de grootdistributie als in de horeca

PERSBERICHT

Brussel, 3 maart 2011 – 11 / 25



marktaandeel gewonnen onder invloed van de sponsoring van de FIFA Wereldbeker door Budweiser enerzijds en de verdere groei van Beck's Vier binnen de horeca anderzijds.

De EBITDA steeg met 6,6% tot 1 099 miljoen USD in FY10 met een margeverbetering met 255 basispunten tot 27,9%. In 4Q10 steeg de EBITDA met 30,3% tot 251 miljoen USD ten gevolge van de timing van merkinvesteringen en administratiekosten.

Centraal- en Oost-Europa (CEE)

De volumes in CEE daalden met 0,9% in FY10 en met 0,8% in 4Q10.

In **Rusland** daalden de volumes in FY10 met 1,7% wegens zwakke resultaten in 1Q10 na de accijnsverhoging met 200% in januari 2010 alsook wegens een daling met 3,3% in 4Q10 die te wijten was aan moeilijke vergelijkbare cijfers gezien de opbouw van voorraden in 2009 in anticipatie van de accijnsverhoging. We boekten marktaandeelwinst in FY10 en 4Q10 met de lancering van Bud in mei en met de sterke resultaten van ons belangrijkste merk Klinskoye met een groei van 5,3% in FY10. Bud doet het goed sinds de lancering en we zijn optimistisch over de toekomstperspectieven voor het merk.

In **Oekraïne** groeiden de biervolumes met 0,4% in FY10 en met 4,4% in 4Q10. Hoewel het marktaandeel in FY10 gedaald is, zag alles er beter uit in de laatste twee maanden van het kwartaal na de lancering van nieuwe nationale campagnes voor onze merken Chernigivske en Rogan.

De EBITDA daalde met 17,8% tot 323 miljoen USD in FY10, voornamelijk ten gevolge van uitgestelde prijsverhogingen om de accijnsverhoging en hogere transportkosten te compenseren, wat tot hogere distributiekosten geleid heeft. De verkoop- en marketingkosten, inclusief de ondersteuning van de lancering van Bud in Rusland, stegen met 12,7%. De EBITDA voor 4Q10 steeg met 25,5% tot 72 miljoen USD, terwijl de EBITDA-marge met 449 basispunten steeg tot 20,3%.

Azië (APAC)

Het volume in Azië nam in FY10 met 5,9% toe en in 4Q10 met 8,4%.

In **China** hebben we een volumegroei van 6,0% gerealiseerd in FY10 en een sterke groei van 8,6% in 4Q10. Onze belangrijkste merken zijn met 16,7% gegroeid in FY10 en met 24,6% in 4Q10. Budweiser Lime werd doorheen het jaar in talrijke steden over heel China gelanceerd en werd positief onthaald.

In Azië kende de EBITDA in FY10 een groei van 18,3% tot 292 miljoen USD onder invloed van een stijging van de brutowinst en operationele besparingen, die gedeeltelijk teniet gedaan werden door grotere investeringen in de groei van onze merken. De opbrengsten per hl groeiden met 5,4% dankzij verbeteringen in de verkoopmix, en onze belangrijkste merken zijn nu goed voor 67,8% van onze totale volumes. In FY10 steeg de EBITDA-marge met 94 basispunten tot 16,5%. In 4Q10 groeide de EBITDA met 156,8% tot 52 miljoen USD onder invloed van de sterke groei van de opbrengsten per hl aangezien onze belangrijkste merken met hogere marges een groei van 24,6% kenden. In 4Q10 steeg de EBITDA-marge met 686 basispunten tot 13,9%.

PERSBERICHT

Brussel, 3 maart 2011 – 12 / 25



Globale Export en Holdingmaatschappijen (GEHC)

GEHC noteerde een EBITDA van -77 miljoen USD in FY10, een verbetering met 107 miljoen USD vergeleken met FY09, ten gevolge van lagere bedrijfskosten en hogere opbrengsten van de Amerikaanse verpakkingsactiviteiten. De EBITDA voor 4Q10 bedroeg -34 miljoen USD, een verbetering met 32 miljoen USD vergeleken met 4Q09.

GECONSOLIDEERDE RESULTATENREKENING

Tabel 3. Geconsolideerde resultatenrekening (miljoen USD)

	FY09 Gerapporteerd	FY09 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	FY10	Interne groei
Opbrengsten	36 758	33 862	-305	1 255	1 485	36 297	4.4%
Kostprijs verkochte goederen	-17 198	-15 532	-68	-377	-175	-16 151	-1.1%
Brutowinst	19 560	18 330	-373	879	1 310	20 146	7.2%
Distributiekosten	-2 671	-2 533	11	-140	-250	-2 913	-9.9%
Verkoop- en marketingkosten	-4 992	-4 618	129	-133	-90	-4 712	-2.0%
Administratieve kosten	-2 310	-2 227	29	-49	287	-1 960	12.8%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	661	649	-89	32	12	604	2.4%
Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige opbrengsten/kosten	10 248	9 600	-292	588	1 269	11 165	13.6%
Eenmalige opbrengsten/kosten boven EBIT	1 321					-268	
Netto financiële kosten	-3 790					-2 811	
Eenmalige netto financiële kosten	-629					-925	
Aandeel in het resultaat van geassocieerde ondernemingen	513					521	
Belastingen	-1 786					-1 920	
Winst	5 877					5 762	
toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	4 613					4 026	
toerekenbaar aan minderheidsbelangen	1 264					1 736	
Genormaliseerde EBITDA	13 037	12 109	-140	645	1 256	13 869	10.6%
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	3 927					5 040	

PERSBERICHT

Brussel, 3 maart 2011 – 13 / 25



	4Q09 Gerapporteerd	4Q09 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	4Q10	Interne groei
Opbrengsten	9 297	9 026	-197	127	518	9 473	5.9%
Kostprijs verkochte goederen	-4 304	-4 130	-40	-31	9	-4 192	0.2%
Brutowinst	4 993	4 896	-238	96	527	5 281	11.0%
Distributiekosten	-702	-687	12	-13	-96	-785	-14.2%
Verkoop- en marketingkosten	-1 410	-1 359	55	-3	125	-1 181	9.8%
Administratieve kosten	-692	-682	49	-	148	-486	22.0%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	194	191	68	1	-32	228	-17.2%
Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige opbrengsten/kosten	2 384	2 359	-54	81	672	3 057	28.5%
Eenmalige opbrengsten/kosten boven EBIT	1 003					-76	
Netto financiële kosten	-827					-798	
Eenmalige netto financiële kosten	-634					-204	
Aandeel in het resultaat van geassocieerde ondernemingen	128					126	
Belastingen	-365					-548	
Winst	1 690					1 557	
toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen- vermogensinstrumenten	1 280					968	
toerekenbaar aan minderheidsbelangen	410					589	
Genormaliseerde EBITDA	3 105	3 054	98	80	664	3 895	21.9%
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen- vermogensinstrumenten	877					1 219	

Opbrengsten

De geconsolideerde opbrengsten stegen in FY10 met 4,4% tot 36 297 miljoen USD. De opbrengsten per hl stegen in FY10 met 2,3%. De geconsolideerde opbrengsten stegen in 4Q10 met 5.9% tot 9 473 miljoen USD, of 5,0 % per hl. Bij een constante geografische basis (d.i. de impact van snellere groei in landen met lagere opbrengsten per hl buiten beschouwing gelaten), zijn de opbrengsten per hl in FY10 met 3,6% en in 4Q10 met 6,0% gestegen onder invloed van selectieve prijsverhogingen in de tweede helft van het jaar.

Kostprijs Verkochte Goederen (KVG)

De Kostprijs Verkochte Goederen (KVG) steeg met 1,1% in FY10 en daalde met 1,2% per hl. Bij een constante geografische basis steeg de KVG per hl in FY10 met 0,6% 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 compenseerden. In 4Q10 daalde de KVG met 0,2% en met 0,5% per hl. Bij een constante geografische basis steeg de KVG per hl echter met 0,5% in 4Q10.

Bedrijfskosten

De totale bedrijfskosten stegen met 0,5% in FY10 en daalden met 5,9% in 4Q10:

- De **distributiekosten** stegen met 9,9% in FY10 en met 14,2% in 4Q10 wegens hogere transporttarieven in Rusland en Oekraïne en hogere transportkosten in Brazilië en China binnen het kader van geografische uitbreiding.
- De **verkoop- en marketingkosten** stegen in FY10 met 2,0% met hogere investeringen in de eerste helft van het jaar wegens de timing van activiteiten vergeleken met het voorgaande jaar. Deze hogere investeringen werden gedeeltelijk teniet gedaan door verlagingen van het niet-verkoopgerelateerde kapitaal, in het bijzonder in de Verenigde Staten. In lijn met vorige persberichten daalden de verkoop- en marketingkosten in 4Q10 met 9,8% ten gevolge van de timing van onze commerciële activiteiten.

PERSBERICHT

Brussel, 3 maart 2011 – 14 / 25



- De **administratieve kosten** daalden met 12,8% in FY10 en met 22,0% in 4Q10 ten gevolge van aanhoudende besparingen op de vaste kosten doorheen ons bedrijf en lagere bedragen voor variabele vergoeding vergeleken met FY09.
- De **overige bedrijfsopbrengsten** bedroegen 604 miljoen USD in FY10 vergeleken met 649 miljoen USD in FY09 en 228 miljoen USD in 4Q10 vergeleken met 191 miljoen USD in 4Q09. Een overzichtstabel van alle andere bedrijfsopbrengsten en –kosten in FY10 vergeleken met FY09 is opgenomen in Toelichting 7 bij het Jaarverslag 2010.

Eenmalige opbrengsten en kosten boven EBIT

Het genormaliseerde bedrijfsresultaat is exclusief -268 miljoen USD aan eenmalige netto kosten in FY10 en exclusief -76 miljoen USD aan eenmalige netto kosten in 4Q10, vooral wegens herstructureringsactiviteiten en verkoop van activa. Dit is vergelijkbaar met 1 321 miljoen USD aan eenmalige netto opbrengsten in FY09 en 1 003 miljoen USD aan eenmalige netto opbrengsten in 4Q09, waaronder eenmalige meerwaarden uit de verkoop van onze Centraal-Europese en Zuid-Koreaanse activiteiten. Een gedetailleerd overzicht van de eenmalige opbrengsten en kosten wordt hieronder gegeven in Tabel 4:

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

	4Q09 Gerapporteerd	4Q10 Gerapporteerd	FY09 Gerapporteerd	FY10
Herstructurering (inclusief bijzondere waardeverminderingen)	-	-34	-153	-252
Impact waardering aan reële waarde	-67	-	-67	-
Verkoop van activiteiten en activa (inclusief bijzondere waardeverminderingen)	1 070	-42	1 541	-16
Impact op bedrijfsresultaat	1 003	-76	1 321	-268

Netto financiële kosten

- De **netto financiële kosten** (exclusief eenmalige financiële kosten) bedroegen 2 811 miljoen USD in FY10 vergeleken met 3 790 miljoen USD in FY09 op gerapporteerde basis, en 798 miljoen USD in 4Q10 vergeleken met 827 miljoen USD in 4Q09 op gerapporteerde basis. Deze daling is vooral te wijten aan lagere netto interestkosten dankzij een lagere nettoschuldpositie en lagere periodotoerekeningskosten doordat bankleningen afnemen als een percentage van de totale schuld, gunstige wisselkoersverschillen ten gevolge van EUR/USD koersschommelingen en winsten uit afgeleide contracten afgesloten om de risico's af te dekken die verbonden zijn met verschillende op aandelen gebaseerde compensatieprogramma's. De andere financiële resultaten van -87 miljoen USD in 4Q10 zijn vooral te wijten aan niet-gerealiseerde verliezen uit afgeleide contracten die verbonden zijn met onze op aandelen gebaseerde compensatieprogramma's, ongunstige wisselkoersverschillen ten gevolge van koersschommelingen en betaling van bankkosten en belastingen op financiële transacties in de normale gang van zaken.
- Eenmalige netto financiële kosten:** De eenmalige netto financiële kosten voor FY10 omvatten een bijkomende periodotoerekeningskost van 192 miljoen USD in 2010 en een eenmalige negatieve aanpassing aan marktwaarde ten bedrage van 733 miljoen USD in FY10, waarvan 202 miljoen USD plaatsvond in 4Q10, aangezien bepaalde interestswaps die leningen afdekken onder onze senior bankfaciliteiten van 2008 en 2010 niet langer effectief zijn ten gevolge van de terugbetaling en herfinanciering van deze faciliteiten. Hoewel de periodotoerekeningskosten een niet-kaselement zijn, realiseert het kasequivalent van de negatieve aanpassing aan marktwaarde zich in de periode 2010-2014.

PERSBERICHT

Brussel, 3 maart 2011 – 15 / 25



Tabel 5. Netto financiële kosten (miljoen USD)

	4Q09	4Q10	FY09	FY10
	Gerapporteerd		Gerapporteerd	
Netto-interestkosten	- 823	- 665	-3 369	-2 714
Periode toerekeningkosten	- 42	- 46	- 381	- 159
Overige financiële resultaten	38	- 87	- 40	62
Netto financiële kosten	- 827	- 798	-3 790	-2 811
Aanpassing aan reële marktwaarde	- 489	- 202	- 484	- 733
Versnelde periode toerekeningskosten	- 145	- 2	- 145	- 192
Eenmalige netto financiële kosten	- 634	- 204	- 629	- 925
	-1 461	-1 002	-4 419	-3 736

Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen

Het aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen bedroeg 521 miljoen USD in FY10 vergeleken met 513 miljoen USD in FY09 op gerapporteerde basis, en 126 miljoen USD in 4Q10 vergeleken met 128 miljoen USD in 4Q09 op gerapporteerde basis, toerekenbaar aan de resultaten van Grupo Modelo in Mexico.

Belastingen

De belastingen bedroegen 1 920 miljoen USD in FY10 tegenover 1 786 miljoen USD in 2009. De stijging van de effectieve aanslagvoet van 25,0% in 2009 tot 26,8% in 2010 is vooral te wijten aan de niet-afrekbaarheid van bepaalde eenmalige kosten in verband met de herfinanciering en terugbetaling van onze senior faciliteiten. Zonder het effect van eenmalige elementen zou de genormaliseerde effectieve aanslagvoet 24,8% bedragen hebben in 2010 tegenover 28,1% in 2009. De onderneming blijft op het niveau van AmBev de positieve effecten ondervinden van het voordeel inzake notionele interestaftrek en de afrekbaarheid van goodwill ten gevolge van de fusie tussen InBev Holding Brazil en AmBev in 2005 en de acquisitie van Quinsa in 2006. De belastingen in 4Q10 bedroegen 548 miljoen USD met een effectieve aanslagvoet van 27,7% in, tegenover 365 miljoen USD met een effectieve aanslagvoet van 18,9% in 4Q09. Zonder het effect van eenmalige elementen zou de genormaliseerde effectieve aanslagvoet in 4Q10 24,9% bedragen hebben tegenover 25,6% in 4Q09.

Winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen

De winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen bedroeg 1 736 miljoen USD in FY10, een stijging tegenover 1 264 miljoen USD in FY09 op gerapporteerde basis, ten gevolge van de sterke resultaten van AmBev en wisselkoerseffecten. De winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen voor 4Q10 bedroeg 589 miljoen USD, een stijging tegenover 410 miljoen USD in 4Q09 op gerapporteerde basis.

Winst FY10 en 4Q10

De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van Anheuser-Busch InBev bedroeg 5 040 miljoen USD in FY10 vergeleken met 3 927 miljoen USD in FY09 op gerapporteerde basis, en 1 219 miljoen USD in 4Q10 vergeleken met 877 miljoen USD in 4Q09 op gerapporteerde basis.

PERSBERICHT

Brussel, 3 maart 2011 – 16 / 25



WPA FY10 en 4Q10

De genormaliseerde WPA voor FY10 bedroeg 3,17 USD tegenover 2,48 USD in FY09 op gerapporteerde basis, wat een stijging met 27,8% is. De genormaliseerde WPA voor 4Q10 bedroeg 0,77 USD tegenover 0,55 USD in 4Q09, wat een stijging met 40% is. In Tabel 6 worden de genormaliseerde WPA en de basis WPA met elkaar vergeleken.

Tabel 6. Winst per aandeel

	4Q09	4Q10	FY09	FY10
	Gerapporteerd		Gerapporteerd	
Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten) (usd)	0.55	0.77	2.48	3.17
Eenmalige opbrengsten en kosten, na belastingen, toerekenbaar aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten, per aandeel	0.64	-0.03	0.81	-0.09
Eenmalige financiële kosten, na belastingen, toerekenbaar aan houders van AB InBev eigenvermogensinstrumenten, per aandeel	-0.38	-0.13	-0.38	-0.55
Gewone winst per aandeel (usd)	0.81	0.61	2.91	2.53

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 (inclusief eenmalige bijzondere waardeverminderingen); en (vii) Afschrijvingen en bijzondere waardeverminderingen.

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

PERSBERICHT

Brussel, 3 maart 2011 – 17 / 25



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

	4Q09 Gerapporteerd	4Q10	FY09 Gerapporteerd	FY10
Winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 280	968	4 613	4 026
Minderheidsbelangen	410	589	1 264	1 736
Winst	1 690	1 557	5 877	5 762
Belastingen	365	548	1 786	1 920
Aandeel in het resultaat van geassocieerde ondernemingen	- 128	- 126	- 513	- 521
Eenmalige netto financiële kosten	634	204	629	925
Netto financiële kosten	827	798	3 790	2 811
Eenmalige opbrengsten/kosten (inclusief eenmalige bijzondere waardeverminderingen)	-1 003	76	-1 321	268
Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige opbrengsten/kosten	2 384	3 057	10 248	11 165
Afschrijvingen en bijzondere waardeverminderingen	721	838	2 789	2 704
Genormaliseerde EBITDA	3 105	3 895	13 037	13 869

FINANCIËLE POSITIE

Tabel 8. Geconsolideerd kasstroomoverzicht (miljoen USD)

	FY09 Gerapporteerd	FY10
Operationele activiteiten		
Winst	5 877	5 762
Interesten, belastingen en niet-kaselementen opgenomen in de winst	7 353	8 503
Bedrijfskastroom vóór wijziging in bedrijfskapitaal en gebruik van voorzieningen	13 230	14 265
Veranderingen in bedrijfskapitaal	787	226
Pensioenbijdragen en gebruik van voorzieningen	-548	-519
(Betaalde)/ontvangen interessen en belastingen	-4 345	-4 450
Ontvangen dividenden	-	383
Netto kasstroom uit operationele activiteiten	9 124	9 905
Investeringsactiviteiten		
Netto investeringsuitgaven	-1 386	-2 123
Verwerving en verkoop van dochterondernemingen, na attrek van verworven/afgestane liquide middelen en aankoop en verkoop van minderheidsbelangen	4 586	-62
Ontvangsten uit de verkoop van investeringen in geassocieerde deelnemingen en activa aangehouden voor verkoop	1 813	146
Investering in kortetermijn schuldinstrumenten	-	-604
Overige	256	97
Netto kasstroom uit investeringsactiviteiten	5 269	-2 546
Financieringsactiviteiten		
Uitgekeerde dividenden	-1 313	-1 924
Netto (terugbetalingen)/opnames van leningen	-11 793	-4 290
Netto ontvangsten uit de uitgifte van aandelen	76	215
Overige (inclusief netto financiële kaskosten andere dan interessen)	-66	-758
Netto kasstroom uit financieringsactiviteiten	-13 096	-6 757
Netto toename/(afname) van de liquide middelen	1 297	602

PERSBERICHT

Brussel, 3 maart 2011 – 18 / 25



De totale kasstroom uit operationele activiteiten steeg van 9 124 miljoen USD in FY09 op gerapporteerde basis naar 9 905 miljoen USD in FY10.

Het bedrijf levert aanzienlijke inspanningen voor een efficiënter gebruik van het werkkapitaal, en in het bijzonder van die elementen van het werkkapitaal die als 'kern werkkapitaal' worden gezien (waaronder handelsvorderingen, voorraden en handelsschulden). Wijzigingen in het werkkapitaal droegen 226 miljoen USD bij aan de operationele kasstroom in 2010. Deze wijziging omvat een kasuitstroom aan afgewikkelde afgeleide instrumenten ten bedrage van 143 miljoen USD. Zonder de impact van afgeleide instrumenten zou het beheer van het werkkapitaal goed geweest zijn voor 369 miljoen USD.

De netto investeringsuitgaven stegen van 1 386 miljoen USD in FY09 tot 2 123 miljoen USD in FY10, vooral wegens de hogere investeringen in de groeigebieden in Brazilië en China.

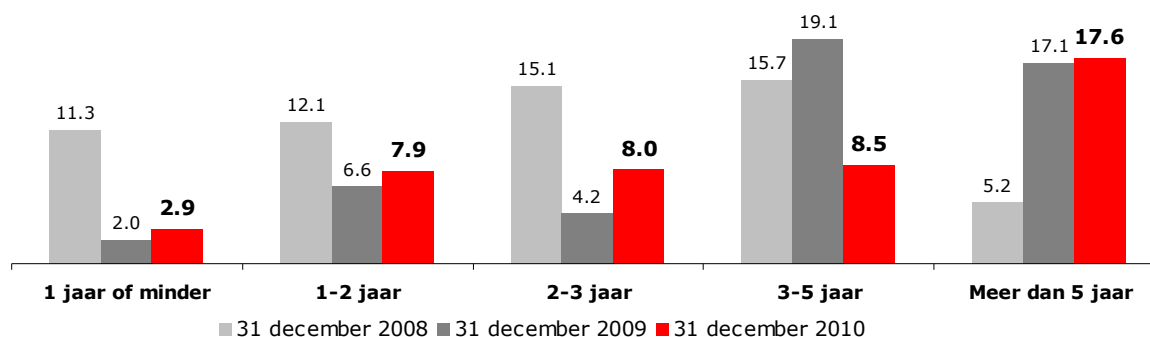
In FY10 investeerde het bedrijf 604 miljoen USD in overheidsobligaties in BRL om liquiditeit en kapitaalbehoud te vergemakkelijken. Deze investeringen zijn zeer liquide.

Op 31 december 2010 bedroeg de nettoschuld 39,7 miljard USD, een daling met 5,5 miljard USD vergeleken met begin 2010, dankzij sterke kasstroomgeneratie. Op 31 december 2010 bedroeg de verhouding tussen de nettoschuld en EBITDA 2,9, een daling tegenover 3,7 het jaar ervoor, op referentiebasis.

In FY10 heeft AB InBev 12,8 miljard USD van de bestaande senior faciliteiten terugbetaald of geherfinancierd. De afgelopen twee jaar hebben we ons looptijdprofiel aanzienlijk verbeterd, zoals geïllustreerd in Tabel 9, en onze huidige kasstroomgeneratie is meer dan voldoende om de schuld die vervalt in de komende 12 maanden af te lossen.

De kasmiddelen, kasequivalenten en kortetermijnbeleggingen van het bedrijf in obligaties min de kortetermijnschulden bij kredietinstellingen op 31 december 2010 bedroegen 5 138 miljoen USD. Op dezelfde datum beschikte het bedrijf over in totaal 568 miljoen USD aan vastgelegde kredietfaciliteiten op korte termijn en 8 587 miljoen USD aan vastgelegde kredietfaciliteiten op lange termijn.

Tabel 9. Termijnen en terugbetalingsschema per 31 december 2010 (miljard USD)



PERSBERICHT

Brussel, 3 maart 2011 – 19 / 25



RECENTE GEBEURTENISSEN

Op 24 januari 2011 heeft Anheuser-Busch InBev aangekondigd dat ze de prijsbepaling voltooid had van een totaal hoofdbedrag van 1,65 miljard USD aan obligaties, bestaande uit een totaal hoofdbedrag van 650 miljoen USD aan vlotrentende obligaties met vervaldag in 2014, een totaal hoofdbedrag van 500 miljoen USD aan vastrentende obligaties met vervaldag in 2016 en een totaal hoofdbedrag van 500 miljoen USD aan vastrentende obligaties met vervaldag in 2021. De obligaties zullen interest opbrengen tegen een jaarlijkse rentevoet van 55 basispunten boven LIBOR op drie maanden voor de vlotrentende obligaties, 2,875% voor de 2016 obligaties en 4,375% voor de 2021 obligaties. De obligaties zullen vervallen op 27 januari 2014 in het geval van de vlotrentende obligaties, op 15 februari 2016 in het geval van de 2016 obligaties en op 15 februari 2021 in het geval van de 2021 obligaties. De uitgifte werd afgesloten op 27 januari 2011.

Als gevolg van deze transactie, zullen de eenmalige financiële kosten in 1Q11 een eenmalige periodetoerekeningskost en een negatieve aanpassing aan marktwaarde omvatten, geschat op ongeveer 75 miljoen USD, aangezien een deel van de interestswaps, die leningen afdekken die onder de senior faciliteiten van 2010 vallen, niet langer effectief zullen zijn. Het kasequivalent van de negatieve aanpassing aan marktwaarde zal zich realiseren in de periode van 2011 tot 2014.

Op 11 februari 2011 heeft onze dochteronderneming Anheuser-Busch InBev Worldwide Inc. een aanbod gelanceerd om maximaal 8 miljard USD aan uitstaande niet-geregistreerde obligaties te ruilen voor vrij verhandelbare obligaties geregistreerd onder de "Securities Act" van 1933 met voor het overige substantieel identieke voorwaarden. De niet-geregistreerde obligaties werden in de eerste helft van 2009 uitgegeven alvorens we een bedrijf werden dat aan de SEC verslag uitbrengt. Het ruilaanbod vervalt op 14 maart 2011.

De commissaris, PricewaterhouseCoopers Bedrijfsrevisoren bcvba, vertegenwoordigd door Yves Vandenplas, heeft op 2 maart 2011 een verklaring zonder voorbehoud en zonder toelichtende paragraaf uitgebracht over de geconsolideerde jaarrekening over het boekjaar eindigend op 31 december 2010 en heeft bevestigd dat alle boekhoudkundige informatie opgenomen in dit persbericht in de tabellen 3 tot 8 zonder materiële afwijkingen overeenstemt met de geconsolideerde jaarrekening op basis waarvan het is opgemaakt.

PERSBERICHT

Brussel, 3 maart 2011 – 20 / 25



Bijlagen

- Bijlage 1: Segmentinformatie volledig jaar 2010 (FY10)
- Bijlage 2: Segmentinformatie vierde kwartaal 2010 (4Q10)

Agenda voor 3 maart 2011

- Persconferentie om 10u30 CET op het wereldwijde hoofdkantoor van AB InBev te Leuven
- Telefonische conferentie inzake resultaten 4Q10 voor investeerders
14u00 CET / 13u00 BST / 8u00 EST - voor alle details betreffende de inschrijving, zie
http://www.ab-inbev.com/go/investors/events_calendar/4Q10_results.cfm;

Disclaimer:

Dit persbericht bevat bepaalde toekomstgerichte verklaringen die de huidige vooruitzichten van het management van AB InBev weerspiegelen met betrekking tot, onder andere, AB InBev's 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 AB 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 AB InBev's 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 AB InBev's jaarverslag op formulier 20-F ingediend bij de US Securities and Exchange Commission op 15 april 2010. AB InBev kan u niet waarborgen dat de toekomstige resultaten, activiteitsniveaus, prestaties of verwezenlijkingen van AB InBev aan de verwachtingen weergegeven in de toekomstgerichte verklaringen zullen voldoen. Bovendien aanvaardt AB InBev noch enig ander persoon verantwoordelijkheid voor de nauwkeurigheid of volledigheid van de toekomstgerichte verklaringen. Tenzij AB InBev wettelijk verplicht is om deze verklaringen bij te werken, zal AB InBev deze verklaringen niet noodzakelijkerwijze na publicatie van dit persbericht bijwerken om de feitelijke resultaten te bevestigen of een wijziging in haar verwachtingen mee te delen.

PERSBERICHT

Brussel, 3 maart 2011 – 21 / 25



Over Anheuser-Busch InBev

Anheuser-Busch InBev is een beursgenoteerd bedrijf (Euronext: ABI) met hoofdzetel in Leuven, België, en een tweede notering op de New York Stock Exchange (NYSE: BUD) via American Depositary Receipts. Het bedrijf is de wereldwijde leidinggevende brouwer en behoort tot 's werelds top vijf van bedrijven actief in consumptiegoederen. AB 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®, snelgroeïende 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®. AB InBev's toewijding aan erfgoed en kwaliteit gaat ver terug in de tijd, naar brouwtradities die dateren van 1366 en de brouwerij Den Hoorn in Leuven, België, en naar de pioniersgeest van de Anheuser & Co brouwerij, gevestigd in St. Louis in de Verenigde Staten, die terug gaat tot 1852. AB InBev is geografisch gediversifieerd met een evenwichtige blootstelling aan ontwikkelde markten en groeiemarkten en benut de collectieve sterkte van haar ca. 114 000 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 2010 realiseerde AB InBev opbrengsten van 36,3 miljard US dollar. 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

Graham Staley

Tel: +1-212-573-4365

E-mail: graham.staley@ab-inbev.com

Thelke Gerdes

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

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

PERSBERICHT

Brussel, 3 maart 2011 – 22 / 25



Bijlage 1

AB InBev wereldwijd	FY09 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	FY10	Interne groei
Volumes (duizend hls)	391 070	-501	-	8 349	398 918	2.1%
Waarvan eigen bieren	341 375	-706	-	7 142	347 811	2.1%
Opbrengsten	33 862	-305	1 255	1 485	36 297	4.4%
Kostprijs verkochte goederen	-15 532	-68	-377	-175	-16 151	-1.1%
Brutowinst	18 330	-373	879	1 310	20 146	7.2%
Distributiekosten	-2 533	11	-140	-250	-2 913	-9.9%
Verkoop- en marketingkosten	-4 618	129	-133	-90	-4 712	-2.0%
Administratieve kosten	-2 227	29	-49	287	-1 960	12.8%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	649	-89	32	12	604	2.4%
Genormaliseerde EBIT	9 600	-292	588	1 269	11 165	13.6%
Genormaliseerde EBITDA	12 109	-140	645	1 256	13 869	10.6%
Genormaliseerde EBITDA marge	35.8%				38.2%	209 bp

Noord-Amerika	FY09 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	FY10	Interne groei
Volumes (duizend hls)	133 593	-	-	-4 117	129 476	-3.1%
Opbrengsten	15 380	-42	206	-249	15 296	-1.6%
Kostprijs verkochte goederen	-7 254	-50	-54	413	-6 946	5.6%
Brutowinst	8 125	-93	152	164	8 349	2.0%
Distributiekosten	-778	-	-37	42	-774	5.4%
Verkoop- en marketingkosten	-1 691	-	-23	150	-1 565	8.9%
Administratieve kosten	-633	-19	-6	131	-526	20.1%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	232	-153	-	-18	61	-22.3%
Genormaliseerde EBIT	5 255	-265	86	469	5 546	9.4%
Genormaliseerde EBITDA	6 225	-265	97	387	6 444	6.5%
Genormaliseerde EBITDA marge	40.5%				42.1%	320 bp

Latijns-Amerika Noord	FY09 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	FY10	Interne groei
Volumes (duizend hls)	109 794	-269	-	10 531	120 056	9.6%
Opbrengsten	7 649	-66	1 141	1 294	10 018	17.1%
Kostprijs verkochte goederen	-2 488	-94	-342	-486	-3 410	-19.9%
Brutowinst	5 161	-160	799	808	6 608	15.7%
Distributiekosten	-781	11	-115	-244	-1 128	-31.6%
Verkoop- en marketingkosten	-1 016	-10	-123	-89	-1 238	-8.9%
Administratieve kosten	-551	47	-58	44	-518	8.1%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	244	72	34	10	359	3.9%
Genormaliseerde EBIT	3 056	-40	537	529	4 083	17.2%
Genormaliseerde EBITDA	3 493	119	593	575	4 780	16.4%
Genormaliseerde EBITDA marge	45.7%				47.7%	-25 bp

Latijns-Amerika Zuid	FY09 Referentiebasis	Scope	Wisselkoers- effect	Interne groei	FY10	Interne groei
Volumes (duizend hls)	33 319	305	-	230	33 854	0.7%
Opbrengsten	1 899	12	-36	307	2 182	16.2%
Kostprijs verkochte goederen	-736	-7	17	-116	-842	-15.8%
Brutowinst	1 163	5	-19	191	1 340	16.4%
Distributiekosten	-166	-1	4	-18	-180	-10.6%
Verkoop- en marketingkosten	-182	-1	4	-48	-228	-26.6%
Administratieve kosten	-73	-	-	-3	-75	-3.7%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	-7	-	-	-	-8	-5.7%
Genormaliseerde EBIT	735	2	-11	122	849	16.6%
Genormaliseerde EBITDA	879	3	-13	140	1 009	15.9%
Genormaliseerde EBITDA marge	46.3%				46.2%	-10 bp

PERSBERICHT

Brussel, 3 maart 2011 – 23 / 25



Bijlage 1

West-Europa	FY09	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	FY10	Interne groei
Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	32 333	316	-	-816	31 833	-2.5%
Waarvan eigen bieren	28 874	316	-	-453	28 737	-1.6%
Opbrengsten	4 221	-20	-133	-130	3 937	-3.1%
Kostprijs verkochte goederen	-2 037	-	53	101	-1 883	5.0%
Brutowinst	2 184	-21	-80	-29	2 054	-1.3%
Distributiekosten	-418	-	14	10	-393	2.4%
Verkoop- en marketingkosten	-775	20	28	11	-716	1.5%
Administratieve kosten	-389	-	11	86	-291	22.3%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	87	-	-2	-2	83	-2.8%
Genormaliseerde EBIT	690	-	-29	76	737	11.0%
Genormaliseerde EBITDA	1 072	-	-43	70	1 099	6.6%
Genormaliseerde EBITDA marge	25.4%				27.9%	255 bp

Centraal- en Oost-Europa	FY09	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	FY10	Interne groei
Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	27 454	-455	-	-249	26 750	-0.9%
Opbrengsten	1 571	-	57	-8	1 619	-0.5%
Kostprijs verkochte goederen	-822	-1	-27	-7	-857	-0.8%
Brutowinst	749	-1	29	-15	762	-2.0%
Distributiekosten	-157	-	-8	-26	-191	-16.9%
Verkoop- en marketingkosten	-297	-4	-14	-38	-353	-12.7%
Administratieve kosten	-126	-	-3	21	-109	16.4%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	4	-	-	3	7	86.5%
Genormaliseerde EBIT	174	-5	4	-55	117	-32.8%
Genormaliseerde EBITDA	385	-5	11	-68	323	-17.8%
Genormaliseerde EBITDA marge	24.5%				20.0%	-420 bp

Azië	FY09	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	FY10	Interne groei
Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	48 914	-1 439	-	2 793	50 268	5.9%
Opbrengsten	1 720	-162	28	181	1 767	11.6%
Kostprijs verkochte goederen	-947	27	-16	-73	-1 008	-7.9%
Brutowinst	773	-134	12	108	759	16.9%
Distributiekosten	-120	-	-2	-19	-140	-15.9%
Verkoop- en marketingkosten	-493	119	-7	-58	-439	-15.6%
Administratieve kosten	-132	1	-1	-16	-148	-12.2%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	37	-	1	10	47	26.8%
Genormaliseerde EBIT	65	-13	2	25	79	47.7%
Genormaliseerde EBITDA	259	-16	5	44	292	18.3%
Genormaliseerde EBITDA marge	15.0%				16.5%	94 bp

Globale Export en Holdingmaatschappijen	FY09	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	FY10	Interne groei
Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	5 663	1 041	-	-23	6 681	-0.3%
Opbrengsten	1 423	-26	-8	90	1 479	6.4%
Kostprijs verkochte goederen	-1 249	57	-7	-7	-1 206	-0.6%
Brutowinst	174	31	-15	83	273	40.3%
Distributiekosten	-114	-	3	5	-106	4.0%
Verkoop- en marketingkosten	-164	4	3	-17	-174	-10.4%
Administratieve kosten	-324	-	8	23	-292	7.1%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	53	-7	-1	9	54	20.4%
Genormaliseerde EBIT	-375	29	-1	103	-245	29.7%
Genormaliseerde EBITDA	-204	25	-5	107	-77	59.7%

PERSBERICHT

Brussel, 3 maart 2011 – 24 / 25



Bijlage 2

AB InBev wereldwijd	4Q09	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	4Q10	Interne groei
Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	100 123	-1 710	-	1 364	99 776	1.4%
Waarvan eigen bieren	85 422	-1 679	-	1 210	84 953	1.4%
Opbrengsten	9 026	-197	127	518	9 473	5.9%
Kostprijs verkochte goederen	-4 130	-40	-31	9	-4 192	0.2%
Brutowinst	4 896	-238	96	527	5 281	11.0%
Distributiekosten	-687	12	-13	-96	-785	-14.2%
Verkoop- en marketingkosten	-1 359	55	-3	125	-1 181	9.8%
Administratieve kosten	-682	49	-	148	-486	22.0%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	191	68	1	-32	228	-17.2%
Genormaliseerde EBIT	2 359	-54	81	672	3 057	28.5%
Genormaliseerde EBITDA	3 054	98	80	664	3 895	21.9%
Genormaliseerde EBITDA marge	33.8%				41.1%	520 bp

Noord-Amerika	4Q09	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	4Q10	Interne groei
Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	29 927	-	-	-382	29 545	-1.3%
Opbrengsten	3 497	-3	24	39	3 558	1.1%
Kostprijs verkochte goederen	-1 708	2	-6	106	-1 606	6.2%
Brutowinst	1 789	-1	18	145	1 952	8.1%
Distributiekosten	-178	-	-5	3	-179	1.9%
Verkoop- en marketingkosten	-439	-	-1	81	-359	18.5%
Administratieve kosten	-182	-	-	64	-118	35.0%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	27	1	-	-8	20	-27.9%
Genormaliseerde EBIT	1 017	-	13	286	1 315	28.1%
Genormaliseerde EBITDA	1 295	-	14	233	1 542	18.0%
Genormaliseerde EBITDA marge	37.0%				43.3%	618 bp

Latijns-Amerika Noord	4Q09	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	4Q10	Interne groei
Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	34 032	-269	-	1 157	34 920	3.4%
Opbrengsten	2 699	-66	165	361	3 158	13.7%
Kostprijs verkochte goederen	-887	-94	-47	-94	-1 122	-11.2%
Brutowinst	1 812	-160	118	266	2 036	14.9%
Distributiekosten	-264	11	-17	-74	-344	-29.2%
Verkoop- en marketingkosten	-362	-10	-15	14	-374	4.0%
Administratieve kosten	-188	47	-8	26	-122	14.4%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	91	72	3	-17	148	-18.3%
Genormaliseerde EBIT	1 089	-40	80	215	1 345	19.5%
Genormaliseerde EBITDA	1 222	119	86	228	1 655	18.6%
Genormaliseerde EBITDA marge	45.3%				52.4%	201 bp

Latijns-Amerika Zuid	4Q09	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	4Q10	Interne groei
Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	10 269	-	-	264	10 533	2.6%
Opbrengsten	597	-	3	122	722	20.4%
Kostprijs verkochte goederen	-215	-	-1	-42	-258	-19.5%
Brutowinst	382	-	2	80	463	20.8%
Distributiekosten	-51	-	-	-10	-61	-20.1%
Verkoop- en marketingkosten	-53	-	-1	-9	-62	-16.4%
Administratieve kosten	-19	-	-	-3	-22	-17.2%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	-3	-	-	1	-3	17.5%
Genormaliseerde EBIT	257	-	1	58	315	22.6%
Genormaliseerde EBITDA	294	-	1	63	358	21.5%
Genormaliseerde EBITDA marge	49.2%				49.6%	45 bp

PERSBERICHT

Brussel, 3 maart 2011 – 25 / 25



Bijlage 2

West-Europa	4Q09	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	4Q10	Interne groei
Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	8 098	-31	-	-292	7 775	-3.6%
Waarvan eigen bieren	7 268	-31	-	-237	7 000	-3.3%
Opbrengsten	1 076	-6	-62	-46	962	-4.3%
Kostprijs verkochte goederen	-546	-	26	27	-493	4.9%
Brutowinst	530	-7	-35	-19	469	-3.6%
Distributiekosten	-103	-	6	3	-94	2.5%
Verkoop- en marketingkosten	-218	6	13	22	-177	10.5%
Administratieve kosten	-128	-	5	56	-68	43.3%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	27	-	-1	-1	25	-2.6%
Genormaliseerde EBIT	107	-	-12	61	156	57.3%
Genormaliseerde EBITDA	208	-	-19	63	251	30.3%
Genormaliseerde EBITDA marge	19.3%				26.1%	699 bp

Centraal- en Oost-Europa	4Q09	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	4Q10	Interne groei
Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	5 792	-	-	-44	5 748	-0.8%
Opbrengsten	374	-	-12	-7	355	-1.8%
Kostprijs verkochte goederen	-209	-1	6	16	-189	7.6%
Brutowinst	164	-1	-7	9	166	5.7%
Distributiekosten	-35	-	1	-12	-46	-32.9%
Verkoop- en marketingkosten	-87	-4	3	8	-80	8.4%
Administratieve kosten	-37	-	-1	5	-33	13.3%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	2	-	-	3	5	178.1%
Genormaliseerde EBIT	7	-5	-3	14	12	977.5%
Genormaliseerde EBITDA	66	-5	-4	15	72	25.5%
Genormaliseerde EBITDA marge	17.5%				20.3%	449 bp

Azië	4Q09	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	4Q10	Interne groei
Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	10 465	-1 589	-	743	9 619	8.4%
Opbrengsten	395	-114	12	79	373	28.3%
Kostprijs verkochte goederen	-222	43	-7	-46	-233	-25.9%
Brutowinst	173	-71	5	33	140	32.4%
Distributiekosten	-30	1	-1	-3	-34	-10.2%
Verkoop- en marketingkosten	-151	61	-3	6	-86	6.9%
Administratieve kosten	-35	1	-1	-9	-44	-28.0%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	24	-	-	-7	17	-28.4%
Genormaliseerde EBIT	-19	-9	1	20	-7	72.3%
Genormaliseerde EBITDA	34	-14	2	30	52	156.8%
Genormaliseerde EBITDA marge	8.5%				13.9%	686 bp

Globale Export en Holdingmaatschappijen	4Q09	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	4Q10	Interne groei
Referentiebasis						
Volumes (duizend hls)	1 539	179	-	-82	1 636	-4.8%
Opbrengsten	388	-8	-3	-31	346	-8.1%
Kostprijs verkochte goederen	-343	11	-2	43	-291	12.9%
Brutowinst	45	3	-5	12	55	26.3%
Distributiekosten	-24	-	1	-3	-26	-12.6%
Verkoop- en marketingkosten	-50	1	1	3	-44	6.8%
Administratieve kosten	-92	-	4	10	-78	11.2%
Overige bedrijfsopbrengsten/kosten	24	-4	-	-5	15	-23.1%
Genormaliseerde EBIT	-98	-	1	18	-78	18.7%
Genormaliseerde EBITDA	-65	-1	-1	32	-34	48.7%