



PRESS RELEASE

Bruxelles, le 3 mars 2011 – 1 / 26

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 quatrième trimestre et de l'exercice 2010

Sauf indication contraire, les analyses ci-dessous sont basées sur des chiffres internes et se rapportent au 4T10 et à l'EX10 sur la base d'une comparaison avec la même période de l'année dernière. Pour consulter les mentions légales importantes, veuillez vous référer aux pages 2/3

FAITS MARQUANTS

- **Croissance des produits** : Les produits ont augmenté de 4,4 % au cours de l'EX10 et de 5,9 % au 4T10, avec une hausse des produits par hl de 2,3 % au cours de l'EX10 et de 5,0 % au 4T10. Sur une base géographique constante, c'est-à-dire en éliminant l'impact d'une croissance plus importante dans des pays à plus faible produit par hl, la croissance interne des produits par hl a progressé de 3,6 % au cours de l'EX10 et de 6,0 % au 4T10.
- **Performance des volumes** : Les volumes totaux et les volumes de nos propres bières ont augmenté de 2,1 % au cours de l'EX10, avec une hausse des volumes non-bières de 3,8 %. Au 4T10, les volumes totaux et les volumes de nos propres bières ont augmenté de 1,4 % et les volumes de non-bières ont gagné 2,0 %.
- **Marques prioritaires** : Les volumes des marques prioritaires ont augmenté de 4,8 % au cours de l'EX10, grâce principalement aux marques Skol, Brahma et Antarctica au Brésil, Harbin et Budweiser en Chine et Budweiser au Royaume-Uni. Les volumes mondiaux de Budweiser ont enregistré une hausse de 1,7 % au cours de l'EX10. Au 4T10, les volumes des marques prioritaires ont augmenté de 4,8 %.
- **Hausses de part de marché** : Au cours de l'EX10, nous avons maintenu ou accru notre part de marché sur des marchés représentant plus de la moitié de nos volumes totaux de bière.
- **Coûts des Ventes** : Au cours de l'EX10, les Coûts des Ventes (CdV) ont augmenté de 1,1 % et ont enregistré une baisse interne de 1,2 % par hl. Au 4T10, les CdV ont diminué de 0,2 % et les CdV par hl, de 0,5 %. Sur une base géographique constante, les CdV par hl ont augmenté de 0,6 % au cours de l'EX10 et de 0,5 % au 4T10.
- **Synergies** : Les synergies de 620 millions d'USD réalisées durant l'EX10 suite au rapprochement avec Anheuser-Busch, dont 170 millions d'USD de synergies générés au 4T10, portent le montant total des synergies à 1 980 millions d'USD à la fin de l'année 2010.
- **EBITDA** : L'EBITDA normalisé a enregistré au cours de l'EX10 une croissance de 10,6 % pour atteindre 13 869 millions d'USD, et la marge EBITDA a atteint 38,2 % par rapport à 35,8 % au cours de l'EX09, soit une hausse interne de 209 points de base. L'EBITDA au 4T10 a augmenté de 21,9 % pour atteindre 3 895 millions d'USD, avec une marge de 41,1 %, soit une hausse interne de 520 points de base, stimulée par des améliorations de la marge EBITDA dans toutes les Zones d'exploitation.
- **Bénéfice** : Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs de capitaux propres d'AB InBev s'est accru de 28,3 % à 5 040 millions d'USD au cours de l'EX10 par rapport à 3 927 millions d'USD au cours de l'EX09 sur une base rapportée, et de 39 % pour atteindre 1 219 millions d'USD au 4T10, par rapport à 877 millions d'USD au 4T09 sur une base rapportée, reflétant ainsi une forte performance opérationnelle. Le bénéfice attribuable aux porteurs de capitaux propres des actionnaires d'AB InBev pour l'EX10 a baissé de 12,7 % pour atteindre 4 026 millions d'USD, en raison des plus-values non-récurrentes résultant de cessions d'actifs de 1 541 millions d'USD durant l'EX09.

PRESS RELEASE

Bruxelles, le 3 mars 2011 – 2 / 26

- **Coûts financiers non-récurrents** : Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs de capitaux propres d'AB InBev de l'EX10 ne comprend pas les 192 millions d'USD de charges de désactualisation accélérée non cash, ni les 733 millions d'USD d'ajustements à la valeur de marché négatifs pour des instruments de couverture qui ne sont plus qualifiés pour la comptabilisation de couverture. Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs de capitaux propres d'AB InBev du 4T10 ne comprend pas les ajustements à la valeur de marché négatifs de 202 millions d'USD.
- **Dette financière nette** : L'endettement net au 31 décembre 2010 s'est chiffré à 39,7 milliards d'USD, soit une baisse de 5,5 milliards d'USD par rapport au 31 décembre 2009, avec un ratio endettement net/EBITDA normalisé de 2,9 comparé à 3,7 l'année précédente, sur la base de référence.
- **Dividende** : Le Conseil d'administration d'AB InBev propose le paiement d'un dividende de 0,80 euros par action, sous réserve de l'approbation des actionnaires. En cas d'approbation, les actions seront négociées ex-coupon à partir du 27 avril 2011 et les dividendes seront dus à compter du 2 mai 2011. La date d'enregistrement est fixée au 29 avril 2011.
- Le **rapport annuel 2010** et les états financiers sont consultables sur notre site web www.ab-inbev.com

Tableau 1. Résultats consolidés (millions d'USD)

	FY10	FY09 Rapporté	FY09 Base de référence	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	398 918	408 603	391 070	2.1%
Volumes des bières	352 932	364 540	347 007	1.9%
Dont volumes de nos bières	347 811	358 781	341 375	2.1%
Volumes des non bières	45 986	44 063	44 063	3.8%
Produits	36 297	36 758	33 862	4.4%
Marge brute	20 146	19 560	18 330	7.2%
EBITDA normalisé	13 869	13 037	12 109	10.6%
EBIT normalisé	11 165	10 248	9 600	13.6%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	5 040	3 927		
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	4 026	4 613		
Bénéfice normalisé par action (USD)	3.17	2.48		
Bénéfice par action (USD)	2.53	2.91		
Marges				
Marge brute	55.5%	53.2%	54.1%	145 bp
Marge EBITDA normalisée	38.2%	35.5%	35.8%	209 bp
Marge EBIT normalisée	30.8%	27.9%	28.4%	244 bp

PRESS RELEASE

Bruxelles, le 3 mars 2011 – 3 / 26



	4T10	4T09 Rapporté	4T09 Base de référence	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	99 776	101 720	100 123	1.4%
Volumes des bières	86 164	88 339	86 742	1.3%
Dont volumes de nos bières	84 953	87 014	85 422	1.4%
Volumes des non bières	13 612	13 381	13 381	2.0%
Produits	9 473	9 297	9 026	5.9%
Marge brute	5 281	4 993	4 896	11.0%
EBITDA normalisé	3 895	3 105	3 054	21.9%
EBIT normalisé	3 057	2 384	2 359	28.5%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 219	877		
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	968	1 280		
Bénéfice normalisé par action (USD)	0.77	0.55		
Bénéfice par action (USD)	0.61	0.81		
Marges				
Marge brute	55.7%	53.7%	54.2%	263 bp
Marge EBITDA normalisée	41.1%	33.4%	33.8%	520 bp
Marge EBIT normalisée	32.3%	25.6%	26.1%	571 bp

Les chiffres rapportés d'Anheuser Busch InBev de l'EX10 et de l'EX09 sont basés sur les états financiers consolidés audités, préparés conformément aux normes IFRS. Sauf indication contraire, les montants sont exprimés en millions d'USD.

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 4T09 et l'EX09 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 ou le transfert d'activités entre secteurs, les pertes et profits enregistrés au titre de réduction et les modifications apportées aux estimations comptables ainsi que d'autres hypothèses d'une année à l'autre que la direction ne considère pas comme faisant partie de la performance sous-jacente de l'entreprise.

Toutes les références données par hectolitre (par hl) ne comprennent pas les activités non-bière aux Etats-Unis. 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 4T10 et de l'EX10 sont basés sur la moyenne pondérée de 1 592 millions d'actions, comparativement aux 1 584 millions d'actions pour le 4T09 et l'EX09.

PRESS RELEASE

Bruxelles, le 3 mars 2011 – 4 / 26

COMMENTAIRES DE LA DIRECTION

Nous avons beaucoup accompli depuis le rapprochement d'Anheuser-Busch et d'InBev il y a deux ans. Grâce à l'ardeur et à l'engagement de nos collaborateurs, nous avons cédé des activités secondaires, généré d'importantes synergies, consolidé le bilan et partagé de meilleures pratiques à travers toute notre organisation, tout en réalisant une solide croissance des produits et des volumes. Notre intégration étant maintenant achevée, nous disposons d'une plateforme solide – basée sur une équipe talentueuse et engagée, une position de leader du secteur, des marques pertinentes, une présence solide sur les marchés les plus attrayants et une discipline financière adéquate – pour tirer profit des opportunités passionnantes qui s'offrent à nous en termes de croissance rentable et durable sur un marché mondial. Nous sommes fiers de l'excellent travail que notre équipe a accompli pour intégrer Anheuser-Busch et InBev et créer AB InBev.

Notre attention est désormais tournée vers le développement de cette plateforme pour bâtir une société de biens de consommation de classe mondiale pour le 21^e siècle. Nous avons considérablement progressé dans cette voie au cours de l'année 2010. Quelques faits marquants :

- Nous avons étendu la portée de nos marques dans le monde entier grâce au sponsoring de la Coupe du Monde de la FIFA 2010. Avec Budweiser comme sponsor mondial, et les marques Brahma, Harbin, Jupiler, Hasseröder et Quilmes, entre autres, comme sponsors locaux, la Coupe du Monde de la FIFA nous a offert une occasion inégalée de rapprocher nos marques des consommateurs dans plus de 80 pays.*
- D'importantes mesures ont été mises en œuvre pour faire de Budweiser la première marque de bière véritablement mondiale, en s'appuyant sur les valeurs américaines emblématiques de fête et d'optimisme qu'elle représente. Cette année, nous avons finalisé notre stratégie de marque mondiale pour Budweiser, lancé Bud en Russie et accru nos volumes et notre part de marché sur des marchés allant de la Chine au Royaume-Uni.*
- L'innovation en matière de produit, d'emballage et de marketing nous a permis d'exploiter le potentiel de croissance de marchés aussi variés que le Brésil, la Chine et la Russie. Au Brésil, les innovations ont propulsé la croissance des produits et des volumes à des niveaux jamais atteints et ont permis de réaliser des parts de marché record.*
- Nous avons généré une forte croissance de plusieurs indicateurs clés, notamment les volumes des marques prioritaires, les produits totaux, l'EBITDA et la marge EBITDA.*
- Nous avons redoublé d'effort pour attirer, retenir et développer les collaborateurs talentueux dont nous aurons besoin pour faire croître notre entreprise à l'avenir, en mettant en œuvre dans chacune de nos Zones des initiatives telles que notre programme Global Management Trainee et des cours à l'AB InBev University.*
- Et enfin, nous avons continué à œuvrer pour atteindre notre rêve d'être la Meilleure Entreprise brassicole dans un Monde Meilleur, en partageant les meilleures pratiques et soutenant de manière accrue les programmes de consommation responsable, environnementaux et communautaires.*

Nous avons constaté une très bonne progression de nos résultats financiers en 2010 malgré un contexte économique difficile persistant sur plusieurs de nos marchés. Les produits ont augmenté de 4,4 %, l'EBITDA a gagné 10,6 %, nous avons accru notre marge EBITDA de 209



PRESS RELEASE

Bruxelles, le 3 mars 2011 – 5 / 26

points de base et généré 9 905 millions d'USD de flux de trésorerie provenant d'activités d'exploitation. Autant d'éléments qui forment une base solide pour une future croissance.

Notre culture étant celle de l'amélioration continue, il y a toutefois plusieurs domaines où nous savons que nous pouvons encore progresser :

- *Mener la croissance de la catégorie bières et être le leader de la catégorie*
- *Développement continu de notre portefeuille vers des marques haut de gamme*
- *Initiatives de gestion des revenus et augmentation de la part des marques premium sur nos marchés*
- *Dimension et qualité de notre filière d'innovation d'emballages et de nouveaux produits, et déploiement accéléré au niveau mondial d'idées ayant fait leurs preuves*
- *Planification commerciale totalement intégrée et exécution fluide sur le terrain*

Nos équipes de gestion ont mis en place des programmes visant à combler ces lacunes et à optimiser les opportunités dans chacun de leurs marchés.

Il est important de souligner que la bonne santé de nos marques et la croissance des produits et des volumes sont, et seront toujours, nos priorités majeures. Sur nos deux plus grands marchés, qui sont les Etats-Unis et le Brésil, notre programme commercial pour 2011 est établi comme suit :

Aux Etats-Unis :

- *Faire progresser Bud Light. En 2010, la méga-marque Bud Light a connu une autre année de croissance en termes de santé de la marque aussi bien qu'en termes de part de marché. Profitant de cette lancée, nous continuerons l'activation nationale de nos plateformes existantes, qui sont complètement intégrées dans nos plans commerciaux afin d'encore améliorer la santé de la marque et la part de marché. Les plateformes incluent Port Paradise, l'UFC et le Super Bowl, ainsi que des nouvelles comme la NFL,*
- *Continuer à stabiliser et à améliorer la performance de Budweiser. Le déclin de la marque aux Etats-Unis a ralenti vers la fin de 2010 et c'est sur cette base que nous poursuivrons nos efforts en 2011.*
- *Exploiter la demande croissante des consommateurs pour des marques haut de gamme, en profitant au maximum de notre portefeuille de bières d'importation et artisanales, de la promotion de nos marques et des capacités de nos canaux de distribution.*
- *Continuer d'affiner la fixation de nos prix pour réaliser nos stratégies de marque à long terme. En 2010, nous avons augmenté le prix de notre portefeuille sub-premium pour réduire l'écart avec le segment premium. En 2011, nous continuerons à rechercher des opportunités pour améliorer la segmentation de nos prix dans l'ensemble de notre portefeuille conformément à nos stratégies de marques.*



PRESS RELEASE

Bruxelles, le 3 mars 2011 – 6 / 26

Au Brésil :

- *Continuer à exploiter la force de nos trois marques principales – Skol, Brahma et Antarctica.*
- *Exploiter notre solide filière d'innovation, parallèlement au déploiement de nouvelles initiatives.*
- *Développer activement le segment premium, avec notamment le lancement de Budweiser, tout en renforçant la marque Stella Artois.*
- *Nous imposer dans les régions du pays où nous sommes sous-représentés.*

Sur la totalité de nos marchés clés, nous continuerons d'investir pour soutenir nos marques prioritaires, d'améliorer le partage de meilleures pratiques en matière de gestion des revenus, d'accroître la qualité de l'exécution des ventes et de la chaîne d'approvisionnement ainsi que de maintenir notre discipline quant à la gestion des frais et des risques.

PERSPECTIVES

A l'heure actuelle, l'économie mondiale est toujours en phase de reprise à un rythme qui varie par pays. Nous voyons l'Amérique latine et l'Asie comme des régions présentant de bonnes perspectives de croissance économique, alors que pour certaines économies, les perspectives ne sont pas encore claires. Sur notre marché le plus important des Etats-Unis on voit apparaître les premiers signes d'une baisse des taux de chômage. Si la tendance se maintient, nous pensons que cela pourrait accroître la confiance des consommateurs et avoir un impact positif sur le secteur de la bière.

Entre-temps, nous continuerons à exploiter notre position de leader dans les marchés clés en augmentant les investissements dans les ventes et la promotion de nos marques d'une croissance à un chiffre dans la moyenne ou le haut de la fourchette en 2011, ce qui renforcera notre position afin de pouvoir tirer intégralement profit de la reprise économique, et ce dans chacun de ces marchés.

Des investissements continus dans nos marques combinés à la discipline en matière de gestion des revenus et une amélioration au niveau du portefeuille de marques devraient nous permettre de réaliser une croissance des produits par hl plus élevée que l'inflation.

Nous nous attendons à ce que la performance en termes de volumes au premier trimestre soit sensible, suite à l'impact des taux de chômage élevés chez nos consommateurs clés aux Etats-Unis et aux fortes pluies qui ont touché le Brésil, avec un regain de dynamisme à partir du 2T11 et dans la deuxième moitié de l'année.

En 2011, nous prévoyons une hausse des Coûts des Ventes par hl à un seul chiffre dans le bas de la fourchette, sur une base géographique constante. Les hausses de prix des produits de base générales devraient être atténuées grâce à la stratégie de couverture de l'entreprise, aux économies en matière d'approvisionnement et aux gains d'efficacité continus dans nos activités.

Concernant les synergies d'intégration d'Anheuser-Busch, en 2011, nous pensons au moins générer les 270 millions d'USD portant le total des synergies aux 2,25 milliards d'USD que nous nous sommes engagés à réaliser. Nous prévoyons un avantage potentiel suite au partage de meilleures pratiques et à l'exploitation d'opportunités en termes de produits et volumes, ce



PRESS RELEASE

Bruxelles, le 3 mars 2011 – 7 / 26

qui devrait nous amener au-delà des 2,25 milliards d'USD. Toutefois, à l'avenir, nous ne comptons pas communiquer ces montants séparément, étant donné que l'intégration est essentiellement finalisée.

Pour l'ensemble de l'exercice 2011, nous prévoyons que le coupon moyen sur la dette nette se situe entre 6,0 et 6,5 % et que le taux d'imposition effectif normalisé atteigne la tranche des 25-27 %.

Nous continuerons à investir dans l'accroissement de la capacité afin de répondre à la demande dans des marchés de croissance clés et afin de soutenir notre filière d'innovation commerciale. Les dépenses nettes d'investissement de 2011 devraient dès lors se situer entre 2,7 et 2,9 milliards d'USD, par rapport à 2,1 milliards d'USD en 2010.

Nous maintenons notre engagement à diminuer le taux d'endettement et pensons atteindre notre objectif de 2.0 concernant le ratio dette nette /EBITDA pour 2012.

MARQUES PRIORITAIRES ET INNOVATION

Notre capacité à développer des marques fortes et saines fut l'un des facteurs clés de notre performance en 2010. Pour la quatrième année consécutive, notre stratégie d'investissement pour soutenir nos marques prioritaires, celles qui ont le potentiel de croissance le plus élevé, a stimulé les volumes et la part de marché. Les volumes de nos marques prioritaires ont augmenté de 4,8 % au cours de l'EX10, dépassant ainsi la hausse globale de nos volumes de 2,1 %. En outre, le pourcentage des marques prioritaires dans les volumes de nos propres bières a augmenté, totalisant 68,8 % au cours de l'EX10.

Quelques faits marquants :

- Budweiser a accru globalement son volume de 1,7 % pour la première fois en vingt ans et a étendu sa part de marché au Royaume-Uni, en Chine et au Canada. La croissance à deux chiffres des volumes en dehors des Etats-Unis a plus que compensé le déclin sur le marché domestique.
- Nous avons observé des tendances positives de la part de marché de nos marques prioritaires aux Etats-Unis. La méga-marque Bud Light, Stella Artois et Michelob Ultra ont augmenté leur part de marché, et le déclin de la part de marché de Budweiser a ralenti durant l'année.
- Antarctica, Skol et Brahma au Brésil, Harbin et Sedrin en Chine, ainsi que Klinskoye en Russie sont d'autres exemples de succès.
- Quatre marques prioritaires d'AB InBev figurent au classement BrandZ™ Top 10 des marques mondiales ayant le plus de valeur de Millward Brown : Bud Light, Budweiser, Stella Artois et Skol. Bud Light et Budweiser sont en tête, occupant respectivement la première et la deuxième place.
- Outre l'impulsion créée par notre sponsoring de la Coupe du Monde de la FIFA™, nos marques ont bénéficié des investissements dans l'innovation, comme Budweiser Lime en Chine, Stella Artois Black au Royaume-Uni, Skol 360° et Antarctica Sub Zero au Brésil, Quilmes Bajo Zero en Argentine et Klinskoye Fresh en Russie.
- Dans le cadre de notre engagement continu en matière d'innovation, nous avons également annoncé le lancement de Stella Artois Cidre au Royaume-Uni et de Jupiler Force en Belgique au mois de février 2011.

PRESS RELEASE

Bruxelles, le 3 mars 2011 – 8 / 26

PERFORMANCE OPERATIONNELLE

Les informations détaillées par segment sur la performance financière de l'EX10 et du 4T10 sont présentées à l'Annexe 1 et l'Annexe 2 du présent communiqué de presse.

Tableau 2. Volumes (milliers d'hl)

	FY09	Scope	Croissance interne	FY10	Croissance interne	
	Base de référence			Volumes totaux	Volumes de nos propres bières	
Amérique du Nord	133 593	-	-4 117	129 476	-3.1%	-3.0%
Amérique latine Nord	109 794	-269	10 531	120 056	9.6%	10.5%
Amérique latine Sud	33 319	305	230	33 854	0.7%	3.9%
Europe de l'Ouest	32 333	316	-816	31 833	-2.5%	-1.6%
Europe centrale et de l'Est	27 454	-455	-249	26 750	-0.9%	-0.9%
Asie-Pacifique	48 914	-1 439	2 793	50 268	5.9%	5.9%
Exportations Globales et Sociétés Holding	5 663	1 041	-23	6 681	-0.3%	-0.3%
AB InBev au niveau mondial	391 070	-501	8 349	398 918	2.1%	2.1%

	4T09	Scope	Croissance interne	4T10	Croissance interne	
	Base de référence			Volumes totaux	Volumes de nos propres bières	
Amérique du Nord	29 927	-	-382	29 545	-1.3%	-1,1%
Amérique latine Nord	34 032	-269	1 157	34 920	3.4%	3.5%
Amérique latine Sud	10 269	-	264	10 533	2.6%	5.0%
Europe de l'Ouest	8 098	-31	-292	7 775	-3.6%	-3.3%
Europe centrale et de l'Est	5 792	-	-44	5 748	-0.8%	-0.7%
Asie-Pacifique	10 465	-1 589	743	9 619	8.4%	8.4%
Exportations Globales et Sociétés Holding	1 539	179	-82	1 636	-4.8%	-4.8%
AB InBev au niveau mondial	100 123	-1 710	1 364	99 776	1.4%	1.4%

Amérique du Nord (NA)

Les volumes totaux de la Zone Amérique du Nord ont enregistré une baisse de 3,1 % au cours de l'EX10 et de 1,3 % au 4T10.

Aux Etats-Unis, les hauts niveaux de chômage sont restés le moteur clé du déclin des volumes du secteur, touchant particulièrement les segments sub-premium et premium. A cela s'est ajouté un rétrécissement de l'écart de prix entre la bière et les vins/spiritueux pendant la période des fêtes de fin d'année.

Les volumes des livraisons aux Etats-Unis ont baissé de 3,0 % au cours de l'EX10 et de 0,9 % au 4T10. Les ventes aux détaillants (VAD) de bière locale américaine corrigées pour les jours de vente effectifs ont diminué de 3,2 % au cours de l'EX10 et de 3,1 % au 4T10. La hausse de prix appliquée au mois de septembre a entraîné une perte de volumes pour nos marques sub-premium suite à notre décision de réduire l'écart de prix entre nos portefeuilles sub-premium et premium. Les produits par hl normalisés pour les bières ont enregistré une hausse de 3,0 % au cours de l'EX10 et de 4,1 % au 4T10. Le résultat du 4T10 tient compte du bénéfice de la hausse des prix ainsi que des améliorations de portefeuille. Nous estimons que le mix de marques a contribué au 4T10 à la hausse de 122 points de base de nos produits nets par hl.

Nous avons relevé des améliorations de la part de marché de nos quatre marques prioritaires premium et super-premium : Bud Light, la méga-marque Bud Light et Michelob Ultra ont accru leur part de marché pendant l'année, le recul de la part de marché de Budweiser a ralenti et Stella Artois a enregistré une hausse de part de marché en profitant de la croissance des volumes de l'exercice de 20,6 %.



PRESS RELEASE

Bruxelles, le 3 mars 2011 – 9 / 26

Durant l'EX10, la part de marché a perdu un demi-point de pourcentage par rapport à l'année précédente, principalement du fait de pertes essuyées par nos marques sub-premium et nos marques non prioritaires pour lesquelles nous avons décidé de rééquilibrer notre portefeuille de marques. Nos marques premium clés ont maintenu ou accru leur part de marché, à l'exception de Budweiser.

Au **Canada**, les volumes de bière ont baissé de 3,9 % au cours de l'EX10 et de 5,0 % au 4T10. La demande du secteur est restée faible, donnant lieu à une seconde année consécutive de déclin du secteur, en baisse de 1,0 % en 2010, après 10 ans de croissance. La part de marché a perdu environ 120 points de base durant l'année étant donné que nous avons continué à nous concentrer sur l'équilibre entre volumes et rentabilité, ce qui a permis d'améliorer la performance EBITDA.

La marge brute de la zone Amérique du Nord a augmenté de 2,0 % au cours de l'EX10, grâce à une croissance des produits de 1,9 % par hl et à une baisse des CdV par hl de 2,9 %. L'amélioration des CdV reflète des économies de synergie et des gains d'efficacité au sein de nos brasseries. Les charges d'exploitation pour l'EX10 ont diminué suite à des économies sur les frais généraux et à une baisse des frais de carburant.

L'EBITDA a augmenté de 6,5 % à 6 444 millions d'USD au cours de l'EX10 et la marge a gagné 320 points de base pour atteindre 42,1 %. L'EBITDA du 4T10 a augmenté de 18,0 % pour atteindre 1 542 millions d'USD, avec une marge de 43,3 %, soit une amélioration de 618 points de base.

Amérique latine Nord (LAN)

L'Amérique latine Nord a enregistré une forte croissance des volumes de 9,6 % au cours de l'EX10, les volumes de bières affichant une hausse de 10,5 % et les volumes de boissons non alcoolisées, une hausse de 7,3 %. Au 4T10, les volumes totaux ont augmenté de 3,4 %, puisque les volumes de bières ont progressé de 3,5 % et les volumes de boissons non alcoolisées de 3,4 %.

Au **Brésil**, les volumes de bières ont augmenté de 10,7 % au cours de l'EX10 grâce à une forte croissance du secteur et à des gains de part de marché largement attribuables aux innovations de produit et d'emballage, comme Antarctica Sub Zero, l'emballage d'1 litre et Skol 360. Pendant l'EX10, notre part de marché moyenne de la bière a atteint 70,1 %, une hausse de 140 points de base par rapport à la moyenne de l'EX09. Au 4T10, suite aux augmentations de prix au 4T10 et à la baisse de la croissance du secteur, la croissance des volumes de bières a ralenti à 3,4 %. La part de marché au 4T10 a perdu 20 points de base par rapport à l'année précédente, étant donné que nous nous sommes distanciés de nos concurrents au niveau des prix, suite à nos augmentations au 4T10.

Les produits par hl de la Zone LAN ont enregistré une croissance de 6,8 % au cours de l'EX10 et de 9,9 % au 4T10, suite aux augmentations de prix appliquées dans toute la Zone à la fin de l'année. Les CdV par hl ont augmenté de 9,4 % au cours de l'EX10 et de 7,5 % au 4T10, ce qui s'explique principalement par une augmentation des coûts du mix de canettes et d'emballage, reflétant la hausse du coût des canettes importées et l'envol des prix du sucre, partiellement compensés par une baisse des prix de l'aluminium.



PRESS RELEASE

Bruxelles, le 3 mars 2011 – 10 / 26

L'EBITDA a progressé de 16,4 % pour atteindre 4 780 millions d'USD, avec un léger déclin de la marge de 25 points de base à 47,7 %, vu que les coûts de matières premières plus élevés associés à des instruments de couverture du sucre moins favorables, l'augmentation du coût des canettes importées et la hausse des frais de distribution ont atténué la croissance des produits et les économies sur les frais administratifs. Au 4T10, l'EBITDA a atteint 1 655 millions d'USD, soit une amélioration de 18,6 %, avec un accroissement de la marge de 201 points de base pour atteindre 52,4% dû principalement à une croissance des produits et à une baisse des frais généraux.

Amérique latine Sud (LAS)

Les volumes de la Zone LAS ont progressé de 0,7 % au cours de l'EX10, la forte croissance de nos activités bière de 3,9 % ayant été partiellement atténuée par un déclin de 4,2 % de nos activités non-bière suite à une faiblesse du secteur en Argentine. Au 4T10, les volumes totaux ont augmenté de 2,6 %. Les volumes de bières ont enregistré une croissance de 5,0 % reflétant une meilleure performance sur la plupart de nos marchés, alors que les volumes des activités non-bière ont diminué de 1,3 %.

Les volumes de bières en **Argentine** ont augmenté de 1,7 % durant l'EX10 et de 5,4 % au 4T10, ce qui reflète une faible performance du secteur au premier semestre et des améliorations au second. Les activités marketing efficaces en soutien au 120^e anniversaire de la marque Quilmes, ainsi que la croissance continue de Stella Artois, ont donné lieu à des hausses de part de marché au cours de l'EX10. Les volumes de Stella Artois ont augmenté de 7,7 % durant l'EX10, et l'Argentine est devenue le troisième marché de la marque après le Royaume-Uni et les Etats-Unis.

La Zone LAS a enregistré une croissance de l'EBITDA de 15,9 % pour atteindre 1 009 millions d'USD au cours de l'EX10. La marge EBITDA est essentiellement restée stable, la hausse des Coûts des Ventes et des frais commerciaux et de marketing pour soutenir nos marques ayant atténué la croissance des produits par hl en ligne avec l'inflation. L'EBITDA du 4T10 a augmenté de 21,5 % à 358 millions d'USD, avec un accroissement de la marge de 45 points de base pour atteindre 49,6 %.

Europe de l'Ouest (WE)

Au cours de l'EX10, les volumes de nos propres bières ont augmenté de 1,6 % alors que les volumes totaux, y compris les volumes des sous-traitants, ont chuté de 2,5 %. La croissance des volumes au Royaume-Uni fut atténuée par des baisses de volumes en Allemagne et en Belgique. Au 4T10, les volumes de nos propres bières ont diminué de 3,3 % et les volumes totaux de la Zone ont chuté de 3,6 %, des résultats dus en partie aux mauvaises conditions météorologiques constatées en décembre dans la plupart des pays.

En **Belgique**, les volumes de nos propres bières ont chuté de 4,9 % au cours de l'EX10 suite à des mouvements sociaux en janvier, à la concurrence accrue dans le secteur de la grande distribution et à l'impact des conditions météorologiques difficiles sur le transport et la consommation au quatrième trimestre, entraînant une baisse des volumes de 10 % au 4T10. Malgré une forte concurrence dans le secteur de la grande distribution, Jupiler et Leffe ont continué d'enregistrer une croissance de part de marché dans ce canal.



PRESS RELEASE

Bruxelles, le 3 mars 2011 – 11 / 26

En **Allemagne**, les volumes de nos propres bières ont perdu 9,0 % au cours de l'EX10 et 10,3 % au 4T10, en raison d'une faible performance du secteur et de l'environnement prix très compétitif du secteur de la grande distribution, qui ont entraîné une perte de part de marché. Dans ces conditions concurrentielles difficiles, nous avons choisi de nous concentrer sur la valeur plutôt que sur les volumes.

Au **Royaume-Uni**, les volumes de nos propres bières ont augmenté de 3,4 % au cours de l'EX10 sous l'impulsion de la forte performance de Budweiser qui a affiché une croissance de 36,1% sur l'année. Au 4T10, les volumes ont augmenté de 2,4 % malgré le mauvais temps du mois de décembre. Notre activité au Royaume-Uni a enregistré des hausses de part de marché dans les deux canaux de l'horeca et de la grande distribution, grâce au sponsoring de la Coupe du Monde de la FIFA par Budweiser en plus de la croissance continue de Beck's Vier dans l'horeca.

L'EBITDA a augmenté de 6,6 % pour atteindre 1 099 millions d'USD au cours de l'EX10, avec une amélioration de la marge de 255 points de base à 27,9 %. L'EBITDA du 4T10 a augmenté de 30,3 % pour atteindre 251 millions d'USD, grâce au calendrier des investissements dans les marques et des frais administratifs.

Europe centrale & de l'Est (CEE)

Les volumes de la Zone CEE ont enregistré une baisse de 0,9 % au cours de l'EX10 et de 0,8 % au 4T10.

En **Russie**, les volumes ont chuté de 1,7 % au cours de l'EX10 en raison d'une faible performance au 1T10 suite à l'augmentation des accises de 200 % en janvier 2010 et à une baisse de 3,3 % au 4T10, avec des comparaisons difficiles dues à l'accumulation de stock en 2009 pour anticiper la hausse des accises. Les gains de part de marché enregistrés au cours de l'EX10 et au 4T10 ont été possibles grâce notamment au lancement de Bud en mai, et à la forte performance de notre marque prioritaire Klinskoye, qui affiche une croissance de 5,3 % durant l'EX10. Bud a enregistré de bons résultats depuis son lancement et nous sommes optimistes quant à ses perspectives.

En **Ukraine**, les volumes de bières ont augmenté de 0,4 % au cours de l'EX10 et de 4,4 % au 4T10. Malgré une perte de part de marché au cours de l'EX10, la tendance s'est inversée pendant les deux derniers mois du trimestre suite au lancement de nouvelles campagnes nationales dédiées à nos marques Chernigivske et Rogan.

L'EBITDA a baissé de 17,8 % à 323 millions d'USD au cours de l'EX10 principalement à cause d'augmentations de prix différées pour compenser la hausse des accises et la majoration des tarifs de transport ayant entraîné une hausse des frais de distribution. Les frais commerciaux et de marketing ont augmenté de 12,7 % avec notamment le soutien du lancement de Bud en Russie. Au 4T10, l'EBITDA a augmenté de 25,5 % à 72 millions d'USD, avec un accroissement de la marge de 449 points de base pour atteindre 20,3 %.



PRESS RELEASE

Bruxelles, le 3 mars 2011 – 12 / 26

Asie-Pacifique (APAC)

Les volumes de la Zone Asie-Pacifique ont augmenté de 5,9 % au cours de l'EX10 et de 8,4 % au 4T10.

La **Chine** a enregistré une croissance des volumes de 6,0 % au cours de l'EX10, avec une forte augmentation de 8,6 % au 4T10. Nos marques prioritaires ont enregistré une croissance de 16,7 % au cours de l'EX10 et de 24,6 % au 4T10. Budweiser Lime fut lancée dans les grandes villes de Chine pendant l'année et a été bien accueillie.

Au cours de l'EX10, l'Asie-Pacifique a enregistré une croissance de son EBITDA de 18,3 % pour atteindre 292 millions d'USD, grâce notamment à un accroissement de la marge brute et à des efficacités opérationnelles, partiellement atténués par une hausse des investissements visant à soutenir la croissance de nos marques. Les produits par hl ont augmenté de 5,4 % suite à des améliorations du mix de vente, nos marques prioritaires représentant désormais 67,8 % des volumes totaux. La marge EBITDA a progressé de 94 points de base pour atteindre 16,5 % au cours de l'EX10. Au 4T10, la croissance de l'EBITDA de 156,8 % à 52 millions d'USD fut favorisée par une forte augmentation des produits par hl, vu que nos marques prioritaires à marge plus élevée ont gagné 24,6 %. La marge EBITDA a progressé de 686 points de base pour atteindre 13,9 % au 4T10.

Activités d'exportation et sociétés holding (GEHC)

Les GEHC ont rapporté un EBITDA de -77 millions d'USD au cours de l'EX10, soit une amélioration de 107 millions d'USD par rapport à l'EX09, grâce à une baisse des frais de fonctionnement et une croissance des produits des activités américaines d'emballage. L'EBITDA des 4T10 était de -34 millions d'USD, soit une hausse de 32 millions d'USD par rapport au 4T09.

PRESS RELEASE

Bruxelles, le 3 mars 2011 – 13 / 26

COMPTE DE RESULTATS CONSOLIDE

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

	FY09 Rapporté	FY09 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	FY10	Croissance interne
Produits	36 758	33 862	-305	1 255	1 485	36 297	4.4%
Coûts des ventes	-17 198	-15 532	-68	-377	-175	-16 151	-1.1%
Marge brute	19 560	18 330	-373	879	1 310	20 146	7.2%
Frais de distribution	-2 671	-2 533	11	-140	-250	-2 913	-9.9%
Frais commerciaux et de marketing	-4 992	-4 618	129	-133	-90	-4 712	-2.0%
Frais administratifs	-2 310	-2 227	29	-49	287	-1 960	12.8%
Autres produits/charges d'exploitation	661	649	-89	32	12	604	2.4%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents	10 248	9 600	-292	588	1 269	11 165	13.6%
Eléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	1 321					-268	
Coûts financiers nets	-3 790					-2 811	
Coûts financiers nets non-récurrents	-629					-925	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	513					521	
Impôts sur le résultat	-1 786					-1 920	
Bénéfice	5 877					5 762	
attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	4 613					4 026	
attribuable aux intérêts minoritaires	1 264					1 736	
EBITDA normalisé	13 037	12 109	-140	645	1 256	13 869	10.6%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	3 927					5 040	
	4T09 Rapporté	4T09 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T10	Croissance interne
Produits	9 297	9 026	-197	127	518	9 473	5.9%
Coûts des ventes	-4 304	-4 130	-40	-31	9	-4 192	0.2%
Marge brute	4 993	4 896	-238	96	527	5 281	11.0%
Frais de distribution	-702	-687	12	-13	-96	-785	-14.2%
Frais commerciaux et de marketing	-1 410	-1 359	55	-3	125	-1 181	9.8%
Frais administratifs	-692	-682	49	-	148	-486	22.0%
Autres produits/charges d'exploitation	194	191	68	1	-32	228	-17.2%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents	2 384	2 359	-54	81	672	3 057	28.5%
Eléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	1 003					-76	
Coûts financiers nets	-827					-798	
Coûts financiers nets non-récurrents	-634					-204	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	128					126	
Impôts sur le résultat	-365					-548	
Bénéfice	1 690					1 557	
attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 280					968	
attribuable aux intérêts minoritaires	410					589	
EBITDA normalisé	3 105	3 054	98	80	664	3 895	21.9%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	877					1 219	

PRESS RELEASE

Bruxelles, le 3 mars 2011 – 14 / 26

Produits

Les produits consolidés ont augmenté de 4,4 % au cours de l'EX10, pour atteindre 36 297 millions d'USD. Les produits par hl de l'EX10 ont progressé de 2,3 %. Au 4T10, les produits consolidés ont augmenté de 5,9 % pour atteindre 9 473 millions d'USD, soit de 5,0 % par hl. Sur une base géographique constante (c'est-à-dire en éliminant l'impact de croissance plus rapide dans des pays à plus faible produit par hl), la croissance des produits par hl a augmenté de 3,6 % au cours de l'EX10 et de 6,0 % au 4T10, reflétant des hausses de prix ciblées au second semestre.

Coûts des Ventes (CdV)

Au cours de l'EX10, les Coûts des Ventes (CdV) ont augmenté de 1,1 % et ont diminué de 1,2 % par hl. Sur une base géographique constante, les CdV par hl ont augmenté de 0,6 % au cours de l'EX10, la hausse des coûts de matières premières et d'emballage en Amérique latine Nord et Amérique latine Sud atténuant les économies en matière d'approvisionnement et la mise en place de programmes dédiés aux meilleures pratiques en Amérique du Nord et en Europe de l'Ouest. Au 4T10, les CdV ont enregistré une baisse de 0,2 % et les CdV par hl, une baisse de 0,5 %. Toutefois, sur une base géographique constante, les CdV par hl du 4T10 ont augmenté de 0,5 %.

Charges d'exploitation

Les charges d'exploitation totales ont augmenté de 0,5 % au cours de l'EX10 et ont diminué de 5,9 % au 4T10 :

- Les **frais de distribution** ont enregistré une hausse de 9,9 % au cours de l'EX10 et de 14,2 % au 4T10, sous l'effet des majorations des tarifs de transport en Russie et en Ukraine et de l'augmentation des frais de transport liée à l'expansion géographique au Brésil et en Chine.
- Les **frais commerciaux et de marketing** ont augmenté de 2,0 % au cours de l'EX10, avec une hausse des investissements au premier semestre due au calendrier des activités par rapport à l'année précédente. Cette hausse des investissements fut partiellement compensée par une réduction des moyens financiers non productifs, en particulier aux Etats-Unis. Conformément à ce qui a été indiqué précédemment, les frais commerciaux et de marketing du 4T10 ont diminué de 9,8 %, en raison du calendrier de nos activités commerciales.
- Les **frais administratifs** ont diminué de 12,8 % au cours de l'EX10 et de 22,0 % au 4T10, avec des économies continues sur les coûts fixes dans toute l'entreprise et une baisse des provisions pour la rémunération variable par rapport à l'EX09.
- Les **autres revenus/frais d'exploitation** étaient de 604 millions d'USD au cours de l'EX10 par rapport à 649 millions d'USD au cours de l'EX09, et de 228 millions d'USD au 4T10 par rapport à 191 millions d'USD au 4T09. Un tableau récapitulatif reprenant tous les autres postes de revenus et frais d'exploitation de l'EX10 comparés à l'EX09 est disponible à l'Annexe 7 du Rapport annuel 2010.

Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT

Le bénéfice d'exploitation normalisé ne comprend pas les éléments non-récurrents négatifs de -268 millions d'USD de l'EX10 et de -76 millions d'USD du 4T10, principalement dus aux activités de restructuration et aux cessions d'actifs. En revanche, les éléments non-récurrents de l'EX09 et du 4T09 étaient positifs, à savoir respectivement 1 321 millions d'USD et 1 003 millions d'USD, et comprenaient des plus-values provenant des cessions de nos activités d'Europe centrale et de Corée du Sud. Le Tableau 4 ci-dessous donne un aperçu de la répartition des éléments non-récurrents :

PRESS RELEASE

Bruxelles, le 3 mars 2011 – 15 / 26



Tableau 4. Eléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT (millions d'USD)

	4T09 Rapporté	4T10	FY09 Rapporté	FY10
Restructuration (incluant la dépréciation pour restructuration)	-	-34	-153	-252
Ajustements de la juste valeur	-67	-	-67	-
Cession d'activités et vente d'actifs (incluant la dépréciation pour cession d'activités et vente d'actifs)	1 070	-42	1 541	-16
Impact sur bénéfice d'exploitation	1 003	-76	1 321	-268

Coûts financiers nets

- Les **coûts financiers nets** (excluant les coûts financiers non-récurrents) ont totalisé 2 811 millions d'USD au cours de l'EX10 par rapport à 3 790 millions d'USD au cours de l'EX09 sur une base rapportée, et 798 millions d'USD au 4T10 par rapport à 827 millions d'USD au 4T09 sur une base rapportée. Cette baisse s'explique essentiellement par une diminution des charges nettes d'intérêt due à un endettement net réduit et à une baisse des charges de désactualisation due à une diminution des emprunts bancaires dans le poids de la dette totale du groupe, par des variations de change favorables imputables aux fluctuations des devises EUR/USD et par des gains résultant de contrats dérivés conclus pour couvrir les risques associés aux différents programmes de rémunération basés sur des actions. Pour le 4T10, les -87 millions d'USD dans les autres résultats financiers résultent principalement de pertes non matérialisées provenant de contrats dérivés liés à nos programmes de rémunération basés sur des actions, de l'effet défavorable des fluctuations de taux de change, et du paiement de frais bancaires et d'impôts sur les transactions financières dans le cadre de l'activité normale de l'entreprise.
- **Coûts financiers nets non-récurrents** : Les coûts financiers nets non-récurrents de l'EX10 comprennent des charges de désactualisation additionnelles de 192 millions d'USD en 2010 et un ajustement à la valeur de marché unique de 733 millions d'USD au cours de l'EX10, dont 202 millions d'USD au 4T10, étant donné que certains swaps sur taux d'intérêt couvrant des emprunts au titre de nos dettes bancaires senior de 2008 et 2010 ne sont plus qualifiés pour la comptabilité de couverture suite au refinancement et aux remboursements avant leur échéance. 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 la période 2010-2014.

Tableau 5. Coûts financiers nets (millions d'USD)

	4T09 Rapporté	4T10	FY09 Rapporté	FY10
Charges nettes d'intérêts	- 823	- 665	-3 369	-2 714
Charges de désactualisation	- 42	- 46	- 381	- 159
Autres résultats financiers	38	- 87	- 40	62
Coûts financiers nets	- 827	- 798	-3 790	-2 811
Ajustement à la valeur de marché	- 489	- 202	- 484	- 733
Charges de désactualisation accélérées	- 145	- 2	- 145	- 192
Coûts financiers nets non-récurrents	- 634	- 204	- 629	- 925
	-1 461	-1 002	-4 419	-3 736



PRESS RELEASE

Bruxelles, le 3 mars 2011 – 16 / 26

Quote-part dans le résultat des entreprises associées

L'EX10 a enregistré une quote-part dans le résultat des entreprises associées de 521 millions d'USD par rapport aux 513 millions d'USD de l'EX09 sur une base rapportée, et de 126 millions d'USD au 4T10 par rapport aux 128 millions d'USD du 4T09 sur une base rapportée, ce qui est imputable aux résultats de Grupo Modelo au Mexique.

Impôt sur le résultat

L'impôt sur le résultat pour l'EX10 s'élève à 1 920 millions d'USD, alors qu'il était de 1 786 millions d'USD en 2009. Le taux d'imposition effectif a augmenté de 25,0 % en 2009 à 26,8 % en 2010, principalement sous l'effet de la non-déductibilité de certaines charges non-récurrentes liées au refinancement et au remboursement de nos dettes senior. Sans tenir compte de l'effet des éléments non-récurrents, le taux d'imposition effectif normalisé était de 24,8 % en 2010 par rapport à 28,1 % en 2009. L'entreprise 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 2005 et de l'acquisition de Quinsa en 2006. Au 4T10, l'impôt sur le résultat était de 548 millions d'USD, avec un taux d'imposition effectif de 27,7 %, alors qu'au 4T09, l'impôt sur le résultat s'élevait à 365 millions d'USD, avec un taux d'imposition effectif de 18,9 %. Sans tenir compte de l'effet des éléments non-récurrents, le taux d'imposition effectif normalisé était de 24,9 % au 4T10 par rapport à 25,6 % au 4T09.

Bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires

Le bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires a atteint 1 736 millions d'USD au cours de l'EX10, soit une hausse par rapport aux 1 264 millions d'USD de l'EX09 sur une base rapportée, suite à la forte performance d'AmBev et aux effets de change. Le bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires s'élevait à 589 millions d'USD au 4T10, soit une hausse par rapport aux 410 millions d'USD du 4T09 sur une base rapportée.

Bénéfice de l'EX10 et du 4T10

Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs de capitaux propres d'Anheuser-Busch InBev s'élevait à 5 040 millions d'USD au cours de l'EX10, comparé à 3 927 millions d'USD au cours de l'EX09 sur une base rapportée, et à 1 219 millions d'USD au 4T10, par rapport à 877 millions d'USD au 4T09 sur une base rapportée.

BPA de l'EX10 et du 4T10

Le BPA normalisé de l'EX10 était de 3,17 USD, comparé à 2,48 USD au cours de l'EX09 sur une base rapportée, ce qui représente une hausse de 27,8 %. Le BPA normalisé du 4T10 était de 0,77 USD, comparé à 0,55 USD au 4T09, soit une hausse de 40 %. Le Tableau 6 réconcilie les chiffres du BPA normalisé et ceux du BPA de base.

PRESS RELEASE

Bruxelles, le 3 mars 2011 – 17 / 26



Tableau 6. Bénéfice par action

	4T09 Rapporté	4T10	FY09 Rapporté	FY10
Bénéfice normalisé par action (usd)	0.55	0.77	2.48	3.17
Eléments non-récurrents, après impôts, attribuables aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev, par action	0.64	-0.03	0.81	-0.09
Coûts financiers nets non-récurrents, après impôts, attribuables aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev, par action	-0.38	-0.13	-0.38	-0.55
Bénéfice de base par action (usd)	0.81	0.61	2.91	2.53

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 l'entreprise.

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 (dépréciations non-récurrentes incluses) 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 entreprises.

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

	4T09 Rapporté	4T10	FY10 Rapporté	FY10
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 280	968	4 613	4 026
Intérêts minoritaires	410	589	1 264	1 736
Bénéfice	1 690	1 557	5 877	5 762
Impôts sur le résultat	365	548	1 786	1 920
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	- 128	- 126	- 513	- 521
Coûts financiers nets non-récurrents	634	204	629	925
Coûts financiers nets	827	798	3 790	2 811
Eléments non-récurrents (dépréciations non-récurrentes incluses)	-1 003	76	-1 321	268
Bénéfice d'exploitation (EBIT) avant éléments non-récurrents	2 384	3 057	10 248	11 165
Amortissements et dépréciations	721	838	2 789	2 704
EBITDA normalisé	3 105	3 895	13 037	13 869

PRESS RELEASE

Bruxelles, le 3 mars 2011 – 18 / 26

SITUATION FINANCIERE

Tableau 8. Tableau des flux de trésorerie consolidé (millions d'usd)

	FY09 Rapporté	FY10
Activités opérationnelles		
Bénéfice	5 877	5 762
Intérêts, impôts et éléments non-cash inclus dans le bénéfice	7 353	8 503
Flux de trésorerie d'exploitation avant les changements du fonds de roulement et de l'utilisation des provisions	13 230	14 265
Changement du fonds de roulement	787	226
Contributions aux plans et utilisation des provisions	-548	-519
Intérêts et impôts (payés)/reçus	-4 345	-4 450
Dividendes reçus	-	383
Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles	9 124	9 905
Activités d'investissement		
Dépenses d'investissement nettes	-1 386	-2 123
Acquisition et cession de filiales, sous déduction de la trésorerie acquise/cédée et acquisition et cession d'intérêts minoritaires	4 586	-62
Produits de cessions d'entreprises associées et des actifs détenus en vue de la vente	1 813	146
Investissement dans des obligations à court terme	-	-604
Autre	256	97
Flux de trésorerie provenant d'activités d'investissement	5 269	-2 546
Activités de financement		
Dividendes payés	-1 313	-1 924
(Remboursement)/emissions d'emprunts	-11 793	-4 290
Emissions d'actions de capital	76	215
Autre (incluant charges financières nettes autres qu'intérêts)	-66	-758
Flux de trésorerie provenant des activités de financement	-13 096	-6 757
Augmentation/(diminution) de la trésorerie et équivalents de trésorerie	1 297	602

Les flux de trésorerie provenant des activités d'exploitation ont atteint 9 905 millions d'USD pour l'EX10, alors qu'ils étaient de 9 124 millions d'USD au cours de l'EX09 sur une base rapportée.

L'entreprise consacre d'importants efforts à l'utilisation efficiente de son fonds de roulement, en particulier les éléments du fonds de roulement considérés comme 'essentiels' (notamment les créances commerciales, les stocks et les dettes commerciales). Les modifications apportées au fonds de roulement ont contribué à hauteur de 226 millions d'USD au flux de trésorerie opérationnel en 2010. Cette modification comprend un flux de trésorerie sortant de 143 millions d'USD provenant d'instruments dérivés. Sans tenir compte de l'impact de ces instruments dérivés, la gestion du fonds de roulement aurait engendré 369 millions d'USD.

PRESS RELEASE

Bruxelles, le 3 mars 2011 – 19 / 26

Les dépenses nettes d'investissement sont passées de 1 386 millions d'USD au cours de l'EX09 à 2 123 millions d'USD au cours de l'EX10, une hausse qui s'explique essentiellement par des investissements plus importants dans les régions de croissance du Brésil et de la Chine.

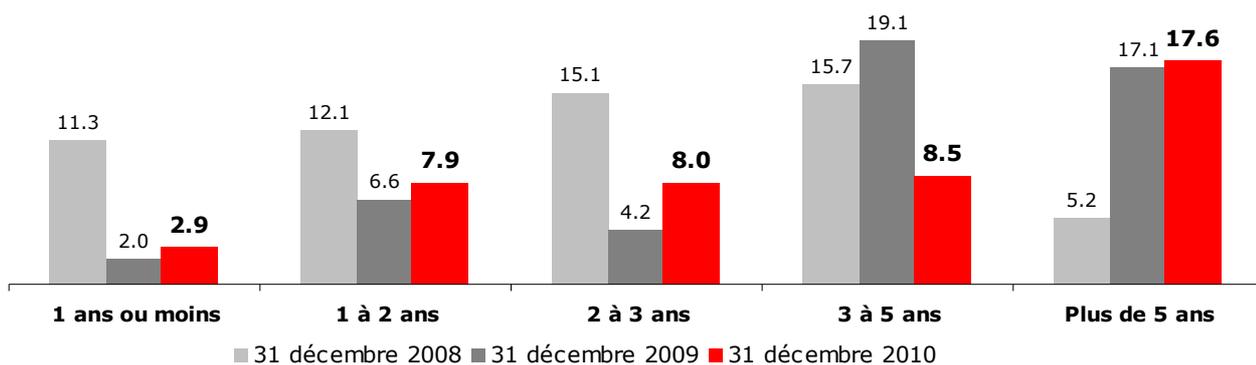
Durant l'EX10, la société a investi 604 millions d'USD dans des titres d'emprunt d'Etat émis en BRL, afin de favoriser la création de liquidité et la protection des capitaux. Ces investissements présentent un caractère très liquide.

L'endettement net au 31 décembre 2010 s'élevait à 39,7 milliards d'USD, soit une baisse de 5,5 milliards d'USD au cours de 2010 favorisée par une importante création de flux de trésorerie. Le ratio de l'endettement net sur l'EBITDA au 31 décembre 2010 s'élevait à 2,9 ou une baisse de 3,7 par rapport à l'année précédente, sur la base de référence.

Au cours de l'EX10, AB InBev a remboursé ou refinancé 12,8 milliards d'USD des dettes senior existantes. Courant des deux dernières années, nous avons amélioré l'échéance de remboursement des dettes de façon significative, comme illustré dans le Tableau 9, et nos flux de trésorerie actuels sont plus que suffisants pour couvrir les dettes venant à échéance dans les 12 mois à venir.

La trésorerie, les équivalents de trésorerie et les placements à court terme dans les titres d'emprunt de la société, moins les découverts bancaires, s'élevaient au 31 décembre 2010 à 5 138 millions d'USD. A cette date, l'entreprise disposait d'un montant total de respectivement 568 millions d'USD et 8 587 millions d'USD sous la forme de lignes de crédit accordées à court et à long terme.

Tableau 9. Echéancier de remboursement des dettes au 31 décembre 2010 (milliards d'USD)





PRESS RELEASE

Bruxelles, le 3 mars 2011 – 20 / 26

ÉVÉNEMENTS RÉCENTS

Le 24 janvier 2011, Anheuser-Busch InBev annonçait la fixation d'une émission d'obligations pour un montant total en principal de 1,65 milliard d'USD, constituée d'obligations à taux variable d'un montant total en principal de 650 millions d'USD venant à échéance en 2014, d'obligations à taux fixe d'un montant total en principal de 500 millions d'USD venant à échéance en 2016 et d'obligations à taux fixe d'un montant total en principal de 500 millions d'USD venant à échéance en 2021. Les obligations porteront intérêt à concurrence d'un taux annuel de 55 points de base au-dessus du LIBOR 3 mois pour les obligations à taux variable, de 2,875 % pour les obligations de 2016 et de 4,375 % pour les obligations de 2021. Les obligations viendront à échéance le 27 janvier 2014 pour ce qui concerne les obligations à taux variable, le 15 février 2016 pour les obligations de 2016 et le 15 février 2021 pour les obligations de 2021. L'émission a été clôturée au 27 janvier 2011.

Suite à cette transaction, les coûts financiers non-récurrents au 1T11 comprendront des charges de désactualisation uniques et un ajustement à la valeur de marché négatif estimé à environ 75 millions d'USD, puisqu'une partie des swaps sur taux d'intérêt couvrant des emprunts au titre des dettes senior 2010 ne sera plus qualifiée pour la comptabilité de couverture. L'équivalent de trésorerie de l'ajustement à la valeur de marché négatif sera étalé sur la période 2011-2014.

Le 11 février 2011, notre filiale Anheuser-Busch InBev Worldwide Inc. a lancé une offre d'échange de ses obligations en circulation non enregistrées pour un montant maximal de 8,0 milliards d'USD, contre des obligations librement négociables enregistrées conformément au 'Securities Act' de 1933 et émises à des conditions substantiellement identiques. Ces obligations non enregistrées ont été émises durant le premier semestre de 2009 avant qu'AB InBev ne devienne une société déclarant conformément aux règles de la SEC. L'offre d'échange sera valable jusqu'au 14 mars 2011.

Le commissaire, PricewaterhouseCoopers Réviseurs d'entreprises scrl représentée par Yves Vandenplas, a, en date du 2 mars 2011, attesté les comptes consolidés de la société pour l'exercice clos le 31 décembre 2010, sans réserve et sans paragraphe explicatif, et a confirmé que les informations comptables reprises dans le présent communiqué de presse dans les tableaux 3 à 8 concordent, à tous égards importants, avec lesdits comptes consolidés dont elles sont extraites.



PRESS RELEASE

Bruxelles, le 3 mars 2011 – 21 / 26

Annexes

- Annexe 1 : Informations par segment pour l'exercice complet 2010 (EX10)
- Annexe 2 : Informations par segment pour le quatrième trimestre 2010 (4T10)

Agenda pour le 3 mars 2011

- *Conférence de presse à 10h30 CET au siège administratif mondial d'AB InBev à Leuven (Belgique)*
- *Conférence téléphonique sur les résultats du 4T10 pour les investisseurs*
14h00 CET / 13h00 GMT / 8h00 EST - tous les détails concernant l'inscription sont disponibles sur http://www.ab-inbev.com/go/investors/events_calendar/4Q10_results.cfm

Mentions légales :

Le présent communiqué de presse contient certaines indications de nature prévisionnelle qui reflètent l'opinion actuelle de la direction d'AB InBev à propos, notamment, des objectifs stratégiques d'AB 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'AB InBev à atteindre ces buts et objectifs dépend de nombreux facteurs, dont certains peuvent être extérieurs et échapper 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. Par nature, des indications de nature prévisionnelle comportent des risques et des incertitudes, étant donné qu'elles sont le reflet des attentes et des hypothèses actuelles d'AB 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'AB InBev au format 20-F déposé auprès de la Securities and Exchange Commission des Etats-Unis le 15 avril 2010. AB InBev ne peut assurer que les résultats, le niveau d'activité, la performance ou les réalisations futurs d'AB InBev seront conformes aux attentes reflétées dans les indications de nature prévisionnelle. En outre, ni AB InBev ni toute autre personne n'est tenue responsable de la précision ou de l'exhaustivité des indications de nature prévisionnelles. A moins que la loi exige d'AB InBev qu'elle mette à jour ces indications, AB InBev n'est pas tenue de le faire après la publication du présent communiqué de presse, soit pour confirmer les résultats actuels, soit pour faire part d'un changement dans ses prévisions.



PRESS RELEASE

Bruxelles, le 3 mars 2011 – 22 / 26

À propos d'Anheuser-Busch InBev

Anheuser-Busch InBev est une entreprise cotée en bourse (Euronext : ABI) basée à Leuven, en Belgique, avec une cotation secondaire au New York Stock Exchange (NYSE : BUD) à travers des American Depositary Receipts. La société est le brasseur leader au niveau mondial et l'une des cinq plus grandes sociétés de biens de consommation au monde. En tant qu'organisation réellement tournée vers les consommateurs et dynamisée par les ventes, AB 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 fortes 'championnes locales' comme Bud Light®, Skol®, Brahma®, Quilmes®, Michelob®, Harbin®, Sedrin®, Klinskoye®, Sibirsкая Corona®, Chernigivske® et Jupiler®, entre autres. La société possède également une participation de 50 pour cent dans la filiale en exploitation de Grupo Modelo, le brasseur leader au Mexique et le propriétaire de la marque mondiale Corona®. Le dévouement à l'héritage et la qualité d'AB 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 & Co, dont les origines datent de 1852, à St. Louis aux Etats-Unis. Géographiquement diversifiée avec une exposition équilibrée sur les marchés émergents et développés, AB InBev emploie les forces collectives de ses quelque 114 000 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 2010, AB InBev a réalisé des produits de 36,3 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

Graham Staley

Tél. : +1-212-573-4365

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

Thelke Gerdes

Tél. : +32-16-27-68-88

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

PRESS RELEASE

Bruxelles, le 3 mars 2011 – 23 / 26

Annexe 1							
AB InBev au niveau mondial							
	FY09	Scope	Variation des devises	Croissance interne	FY10	Croissance interne	
	Base de référence						
Volumes totaux (milliers d'hl's)	391 070	-501	-	8 349	398 918		2.1%
Dont volumes de nos bières	341 375	-706	-	7 142	347 811		2.1%
Produits	33 862	-305	1 255	1 485	36 297		4.4%
Coûts des ventes	-15 532	-68	-377	-175	-16 151		-1.1%
Marge brute	18 330	-373	879	1 310	20 146		7.2%
Frais de distribution	-2 533	11	-140	-250	-2 913		-9.9%
Frais commerciaux et de marketing	-4 618	129	-133	-90	-4 712		-2.0%
Frais administratifs	-2 227	29	-49	287	-1 960		12.8%
Autres produits/charges d'exploitation	649	-89	32	12	604		2.4%
EBIT normalisé	9 600	-292	588	1 269	11 165		13.6%
EBITDA normalisé	12 109	-140	645	1 256	13 869		10.6%
Marge EBITDA normalisé	35.8%				38.2%		209 bp
Amérique du Nord							
	FY09	Scope	Variation des devises	Croissance interne	FY10	Croissance interne	
	Base de référence						
Volumes totaux (milliers d'hl's)	133 593	-	-	-4 117	129 476		-3.1%
Produits	15 380	-42	206	-249	15 296		-1.6%
Coûts des ventes	-7 254	-50	-54	413	-6 946		5.6%
Marge brute	8 125	-93	152	164	8 349		2.0%
Frais de distribution	-778	-	-37	42	-774		5.4%
Frais commerciaux et de marketing	-1 691	-	-23	150	-1 565		8.9%
Frais administratifs	-633	-19	-6	131	-526		20.1%
Autres produits/charges d'exploitation	232	-153	-	-18	61		-22.3%
EBIT normalisé	5 255	-265	86	469	5 546		9.4%
EBITDA normalisé	6 225	-265	97	387	6 444		6.5%
Marge EBITDA normalisé	40.5%				42.1%		320 bp
Amérique latine Nord							
	FY09	Scope	Variation des devises	Croissance interne	FY10	Croissance interne	
	Base de référence						
Volumes totaux (milliers d'hl's)	109 794	-269	-	10 531	120 056		9.6%
Produits	7 649	-66	1 141	1 294	10 018		17.1%
Coûts des ventes	-2 488	-94	-342	-486	-3 410		-19.9%
Marge brute	5 161	-160	799	808	6 608		15.7%
Frais de distribution	-781	11	-115	-244	-1 128		-31.6%
Frais commerciaux et de marketing	-1 016	-10	-123	-89	-1 238		-8.9%
Frais administratifs	-551	47	-58	44	-518		8.1%
Autres produits/charges d'exploitation	244	72	34	10	359		3.9%
EBIT normalisé	3 056	-40	537	529	4 083		17.2%
EBITDA normalisé	3 493	119	593	575	4 780		16.4%
Marge EBITDA normalisé	45.7%				47.7%		-25 bp
Amérique latine Sud							
	FY09	Scope	Variation des devises	Croissance interne	FY10	Croissance interne	
	Base de référence						
Volumes totaux (milliers d'hl's)	33 319	305	-	230	33 854		0.7%
Produits	1 899	12	-36	307	2 182		16.2%
Coûts des ventes	-736	-7	17	-116	-842		-15.8%
Marge brute	1 163	5	-19	191	1 340		16.4%
Frais de distribution	-166	-1	4	-18	-180		-10.6%
Frais commerciaux et de marketing	-182	-1	4	-48	-228		-26.6%
Frais administratifs	-73	-	-	-3	-75		-3.7%
Autres produits/charges d'exploitation	-7	-	-	-	-8		-5.7%
EBIT normalisé	735	2	-11	122	849		16.6%
EBITDA normalisé	879	3	-13	140	1 009		15.9%
Marge EBITDA normalisé	46.3%				46.2%		-10 bp

PRESS RELEASE

Bruxelles, le 3 mars 2011 – 24 / 26

Annexe 1							
Europe de l'Ouest							
	FY09	Scope	Variation des devises	Croissance interne	FY10	Croissance interne	
	Base de référence						
Volumes totaux (milliers d'hl)	32 333	316	-	-816	31 833	-2.5%	
Dont volumes de nos bières	28 874	316	-	-453	28 737	-1.6%	
Produits	4 221	-20	-133	-130	3 937	-3.1%	
Coûts des ventes	-2 037	-	53	101	-1 883	5.0%	
Marge brute	2 184	-21	-80	-29	2 054	-1.3%	
Frais de distribution	-418	-	14	10	-393	2.4%	
Frais commerciaux et de marketing	-775	20	28	11	-716	1.5%	
Frais administratifs	-389	-	11	86	-291	22.3%	
Autres produits/charges d'exploitation	87	-	-2	-2	83	-2.8%	
EBIT normalisé	690	-	-29	76	737	11.0%	
EBITDA normalisé	1 072	-	-43	70	1 099	6.6%	
Marge EBITDA normalisé	25.4%				27.9%	255 bp	
Europe Centrale et de l'Est							
	FY09	Scope	Variation des devises	Croissance interne	FY10	Croissance interne	
	Base de référence						
Volumes totaux (milliers d'hl)	27 454	-455	-	-249	26 750	-0.9%	
Produits	1 571	-	57	-8	1 619	-0.5%	
Coûts des ventes	-822	-1	-27	-7	-857	-0.8%	
Marge brute	749	-1	29	-15	762	-2.0%	
Frais de distribution	-157	-	-8	-26	-191	-16.9%	
Frais commerciaux et de marketing	-297	-4	-14	-38	-353	-12.7%	
Frais administratifs	-126	-	-3	21	-109	16.4%	
Autres produits/charges d'exploitation	4	-	-	3	7	86.5%	
EBIT normalisé	174	-5	4	-55	117	-32.8%	
EBITDA normalisé	385	-5	11	-68	323	-17.8%	
Marge EBITDA normalisé	24.5%				20.0%	-420 bp	
Asie-Pacifique							
	FY09	Scope	Variation des devises	Croissance interne	FY10	Croissance interne	
	Base de référence						
Volumes totaux (milliers d'hl)	48 914	-1 439	-	2 793	50 268	5.9%	
Produits	1 720	-162	28	181	1 767	11.6%	
Coûts des ventes	-947	27	-16	-73	-1 008	-7.9%	
Marge brute	773	-134	12	108	759	16.9%	
Frais de distribution	-120	-	-2	-19	-140	-15.9%	
Frais commerciaux et de marketing	-493	119	-7	-58	-439	-15.6%	
Frais administratifs	-132	1	-1	-16	-148	-12.2%	
Autres produits/charges d'exploitation	37	-	1	10	47	26.8%	
EBIT normalisé	65	-13	2	25	79	47.7%	
EBITDA normalisé	259	-16	5	44	292	18.3%	
Marge EBITDA normalisé	15.0%				16.5%	94 bp	
Exportation Globales et Sociétés Holding							
	FY09	Scope	Variation des devises	Croissance interne	FY10	Croissance interne	
	Base de référence						
Volumes totaux (milliers d'hl)	5 663	1 041	-	-23	6 681	-0.3%	
Produits	1 423	-26	-8	90	1 479	6.4%	
Coûts des ventes	-1 249	57	-7	-7	-1 206	-0.6%	
Marge brute	174	31	-15	83	273	40.3%	
Frais de distribution	-114	-	3	5	-106	4.0%	
Frais commerciaux et de marketing	-164	4	3	-17	-174	-10.4%	
Frais administratifs	-324	-	8	23	-292	7.1%	
Autres produits/charges d'exploitation	53	-7	-1	9	54	20.4%	
EBIT normalisé	-375	29	-1	103	-245	29.7%	
EBITDA normalisé	-204	25	-5	107	-77	59.7%	

PRESS RELEASE

Bruxelles, le 3 mars 2011 – 25 / 26

Annexe 2							
AB InBev au niveau mondial	4T09	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T10	Croissance interne	
	Base de référence						
Volumes totaux (milliers d'hl)	100 123	-1 710	-	1 364	99 776	1.4%	
Dont volumes de nos bières	85 422	-1 679	-	1 210	84 953	1.4%	
Produits	9 026	-197	127	518	9 473	5.9%	
Coûts des ventes	-4 130	-40	-31	9	-4 192	0.2%	
Marge brute	4 896	-238	96	527	5 281	11.0%	
Frais de distribution	-687	12	-13	-96	-785	-14.2%	
Frais commerciaux et de marketing	-1 359	55	-3	125	-1 181	9.8%	
Frais administratifs	-682	49	-	148	-486	22.0%	
Autres produits/charges d'exploitation	191	68	1	-32	228	-17.2%	
EBIT normalisé	2 359	-54	81	672	3 057	28.5%	
EBITDA normalisé	3 054	98	80	664	3 895	21.9%	
Marge EBITDA normalisé	33.8%				41.1%		520 bp

Amérique du Nord	4T09	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T10	Croissance interne	
	Base de référence						
Volumes totaux (milliers d'hl)	29 927	-	-	-382	29 545	-1.3%	
Produits	3 497	-3	24	39	3 558	1.1%	
Coûts des ventes	-1 708	2	-6	106	-1 606	6.2%	
Marge brute	1 789	-1	18	145	1 952	8.1%	
Frais de distribution	-178	-	-5	3	-179	1.9%	
Frais commerciaux et de marketing	-439	-	-1	81	-359	18.5%	
Frais administratifs	-182	-	-	64	-118	35.0%	
Autres produits/charges d'exploitation	27	1	-	-8	20	-27.9%	
EBIT normalisé	1 017	-	13	286	1 315	28.1%	
EBITDA normalisé	1 295	-	14	233	1 542	18.0%	
Marge EBITDA normalisé	37.0%				43.3%		618 bp

Amérique latine Nord	4T09	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T10	Croissance interne	
	Base de référence						
Volumes totaux (milliers d'hl)	34 032	-269	-	1 157	34 920	3.4%	
Produits	2 699	-66	165	361	3 158	13.7%	
Coûts des ventes	-887	-94	-47	-94	-1 122	-11.2%	
Marge brute	1 812	-160	118	266	2 036	14.9%	
Frais de distribution	-264	11	-17	-74	-344	-29.2%	
Frais commerciaux et de marketing	-362	-10	-15	14	-374	4.0%	
Frais administratifs	-188	47	-8	26	-122	14.4%	
Autres produits/charges d'exploitation	91	72	3	-17	148	-18.3%	
EBIT normalisé	1 089	-40	80	215	1 345	19.5%	
EBITDA normalisé	1 222	119	86	228	1 655	18.6%	
Marge EBITDA normalisé	45.3%				52.4%		201 bp

Amérique latine Sud	4T09	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T10	Croissance interne	
	Base de référence						
Volumes totaux (milliers d'hl)	10 269	-	-	264	10 533	2.6%	
Produits	597	-	3	122	722	20.4%	
Coûts des ventes	-215	-	-1	-42	-258	-19.5%	
Marge brute	382	-	2	80	463	20.8%	
Frais de distribution	-51	-	-	-10	-61	-20.1%	
Frais commerciaux et de marketing	-53	-	-1	-9	-62	-16.4%	
Frais administratifs	-19	-	-	-3	-22	-17.2%	
Autres produits/charges d'exploitation	-3	-	-	1	-3	17.5%	
EBIT normalisé	257	-	1	58	315	22.6%	
EBITDA normalisé	294	-	1	63	358	21.5%	
Marge EBITDA normalisé	49.2%				49.6%		45 bp

PRESS RELEASE

Bruxelles, le 3 mars 2011 – 26 / 26

Annexe 2

Europe de l'Ouest	4T09 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T10	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	8 098	-31	-	-292	7 775	-3.6%
Dont volumes de nos bières	7 268	-31	-	-237	7 000	-3.3%
Produits	1 076	-6	-62	-46	962	-4.3%
Coûts des ventes	-546	-	26	27	-493	4.9%
Marge brute	530	-7	-35	-19	469	-3.6%
Frais de distribution	-103	-	6	3	-94	2.5%
Frais commerciaux et de marketing	-218	6	13	22	-177	10.5%
Frais administratifs	-128	-	5	56	-68	43.3%
Autres produits/charges d'exploitation	27	-	-1	-1	25	-2.6%
EBIT normalisé	107	-	-12	61	156	57.3%
EBITDA normalisé	208	-	-19	63	251	30.3%
Marge EBITDA normalisé	19.3%				26.1%	699 bp

Europe Centrale et de l'Est	4T09 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T10	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	5 792	-	-	-44	5 748	-0.8%
Produits	374	-1	-12	-7	355	-1.8%
Coûts des ventes	-209	-1	6	16	-189	7.6%
Marge brute	164	-1	-7	9	166	5.7%
Frais de distribution	-35	-	1	-12	-46	-32.9%
Frais commerciaux et de marketing	-87	-4	3	8	-80	8.4%
Frais administratifs	-37	-	-1	5	-33	13.3%
Autres produits/charges d'exploitation	2	-	-	3	5	178.1%
EBIT normalisé	7	-5	-3	14	12	977.5%
EBITDA normalisé	66	-5	-4	15	72	25.5%
Marge EBITDA normalisé	17.5%				20.3%	449 bp

Asie-Pacifique	4T09 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T10	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	10 465	-1 589	-	743	9 619	8.4%
Produits	395	-114	12	79	373	28.3%
Coûts des ventes	-222	43	-7	-46	-233	-25.9%
Marge brute	173	-71	5	33	140	32.4%
Frais de distribution	-30	1	-1	-3	-34	-10.2%
Frais commerciaux et de marketing	-151	61	-3	6	-86	6.9%
Frais administratifs	-35	1	-1	-9	-44	-28.0%
Autres produits/charges d'exploitation	24	-	-	-7	17	-28.4%
EBIT normalisé	-19	-9	1	20	-7	72.3%
EBITDA normalisé	34	-14	2	30	52	156.8%
Marge EBITDA normalisé	8.5%				13.9%	686 bp

Exportations Globales et Sociétés Holding	4T09 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T10	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	1 539	179	-	-82	1 636	-4.8%
Produits	388	-8	-3	-31	346	-8.1%
Coûts des ventes	-343	11	-2	43	-291	12.9%
Marge brute	45	3	-5	12	55	26.3%
Frais de distribution	-24	-	1	-3	-26	-12.6%
Frais commerciaux et de marketing	-50	1	1	3	-44	6.8%
Frais administratifs	-92	-	4	10	-78	11.2%
Autres produits/charges d'exploitation	24	-4	-	-5	15	-23.1%
EBIT normalisé	-98	-	1	18	-78	18.7%
EBITDA normalisé	-65	-1	-1	32	-34	48.7%