



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

Anheuser-Busch InBev publiceert resultaten voor het vierde kwartaal van 2012 en het volledige jaar 2012

HOOGTEPUNTEN

Tenzij anders aangegeven, zijn onderstaande toelichtingen gebaseerd op interne groeicijfers en verwijzen ze naar FY12 en 4Q12 vergeleken met dezelfde periode vorig jaar. Zie pagina 3 voor belangrijke disclaimers.

- **Opbrengstengroei:** De opbrengsten stegen met 7,2% in FY12 en met 8,8% in 4Q12, en de opbrengsten per hl namen toe met 7,7% in FY12 en 8,8% in 4Q12 bij een constante geografische basis dankzij een gunstige merkenmix en beste praktijken op het vlak van opbrengstenbeheer.
- **Volumeprestaties:** In FY12 nam het totale volume met 0,3% toe, waarbij het volume eigen bieren en het volume niet-bieren met respectievelijk 0,1% en 2,2% toenamen. In 4Q12 nam het totale volume met 0,1% af, waarbij het volume eigen bieren met 0,3% afnam en het volume niet-bieren met 0,8% toenam.
- **Belangrijkste Merken ("Focus Brands"):** Het volume van onze belangrijkste merken nam met 1,5% toe in FY12, waarbij onze drie wereldwijde merken, Budweiser, Stella Artois en Beck's, een groei met 4,1% kenden. In 4Q12 stegen de Belangrijkste Merken met 0,4%.
- **Kostprijs Verkochte Goederen (KVG):** De KVG steeg met 5,4% in FY12 en met 8,4% in 4Q12. De KVG steeg per hl met 7,2% in FY12 en met 10,0% in 4Q12 bij een constante geografische basis.
- **EBITDA:** De EBITDA steeg in FY12 met 7,7% tot 15 511 miljoen USD, en de EBITDA-marge bedroeg 39,0%, een stijging met 18 basispunten. De EBITDA voor 4Q12 steeg met 9,9% tot 4 388 miljoen USD, terwijl de EBITDA-marge met 44 basispunten steeg.
- **Netto financiële kosten:** De netto financiële kosten (exclusief eenmalige netto financiële kosten) bedroegen 2 188 miljoen USD in FY12, een daling met 15,7% vergeleken met FY11. De netto financiële kosten ten bedrage van 751 miljoen USD in 4Q12 omvatten -227 miljoen USD aan overige financiële resultaten die het gevolg zijn van niet-gerealiseerde, non-cash wisselkoersverliezen op intragroepsschulden en -leningen, de kosten van de afdekking van vreemde valuta en grondstoffen, en verliezen uit afgeleide contracten die verbonden zijn met onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's.
- **Belastingen:** De belastingen bedroegen 1 717 miljoen USD in FY12 met een effectieve aanslagvoet van 16,3% tegenover 1 856 miljoen USD aan belastingen met een effectieve aanslagvoet van 20,2% in FY11.
- **Winst:** De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev kende een nominale stijging met 12,9% tot 7 283 miljoen USD in FY12 vergeleken met 6 449 miljoen USD in FY11. De winst kende een nominale daling met 8,5% tot 1 792 miljoen USD in 4Q12 tegenover 1 959 miljoen USD in 4Q11. De daling van de genormaliseerde winst in 4Q12 is vooral te wijten aan overige financiële resultaten ten bedrage van -227 miljoen USD, die vooral het gevolg zijn van niet-gerealiseerde, non-cash wisselkoersverliezen op intragroepsschulden en -leningen, de kosten van de afdekking van vreemde valuta en grondstoffen en verliezen uit afgeleide contracten die verbonden zijn met onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's, terwijl er in 4Q11 sprake was van 200 miljoen USD aan opbrengsten voornamelijk uit afgeleide contracten die verbonden zijn met onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's.
- **Winst per aandeel:** De genormaliseerde winst per aandeel (WPA) steeg met 12,6% tot 4,55 USD in FY12 tegenover 4,04 USD in FY11, en daalde met 9,0% van 1,23 USD in 4Q11 tot 1,12 USD in 4Q12, zoals hierboven uitgelegd.
- **Kasstroom:** De kasstroom uit operationele activiteiten steeg nominaal met 6,3% van 12 486 miljoen USD in FY11 tot 13 268 miljoen USD in FY12.

PERSBERICHT

Brussel, 27 februari 2013 – 2 / 30



- **Nettoschuld:** Op 31 december 2012 bedroeg onze nettoschuld 30,1 miljard USD, een daling met 4,6 miljard USD tegenover 31 december 2011. De verhouding tussen de nettoschuld en de EBITDA daalde van 2,26 op het einde van 2011 tot 1,87 vóór overname-activiteiten, en tot 1,94 op gerapporteerde basis op datum van 31 december 2012.
- **Dividend:** De Raad van Bestuur van AB InBev stelt voor om een dividend van 1,70 euro per aandeel uit te keren, mits de aandeelhouders daarmee instemmen. Bij goedkeuring zullen de aandelen ex-coupon noteren vanaf 26 april 2013 en dividenden vanaf 2 mei 2013 betaalbaar gesteld worden. De registratiedatum is 30 april 2013. De Raad van Bestuur heeft ook beslist halfjaarlijkse dividendbetalingen in te voeren, te beginnen met de dividenden voor FY13, betaalbaar in november 2013 en mei 2014.
- **Financieel Rapport 2012:** Het verslag is beschikbaar op onze website www.ab-inbev.com.

Tabel 1. Geconsolideerde resultaten (miljoen USD)

	FY11	FY12	Interne groei
Volumes (duizend hls)	399 365	402 631	0,3%
AB InBev eigen bieren	349 818	352 921	0,1%
Niet-biervolumes	46 592	47 755	2,2%
Producten van derden	2 955	1 954	-12,0%
Opbrengsten	39 046	39 758	7,2%
Brutowinst	22 412	23 311	8,5%
Genormaliseerde EBITDA	15 357	15 511	7,7%
Genormaliseerde EBIT	12 607	12 765	8,5%
Gernormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	6 449	7 283	
Winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	5 855	7 243	
Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten) (USD)	4,04	4,55	
Winst per aandeel (USD)	3,67	4,53	
Marges			
Brutomarge	57,4%	58,6%	71 bp
Genormaliseerde EBITDA-marge	39,3%	39,0%	18 bp
Genormaliseerde EBIT-marge	32,3%	32,1%	37 bp

PERSBERICHT

Brussel, 27 februari 2013 – 3 / 30



	4Q11	4Q12	Interne groei
Volumes (duizend hls)	99 467	100 098	-0,1%
AB InBev eigen bieren	85 299	85 826	-0,3%
Niet-biervolumes	13 702	13 804	0,8%
Producten van derden	466	468	7,4%
Opbrengsten	9 873	10 287	8,8%
Brutowinst	5 860	6 181	9,1%
Genormaliseerde EBITDA	4 237	4 388	9,9%
Genormaliseerde EBIT	3 546	3 675	10,7%
Gernormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 959	1 792	
Winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 850	1 756	
Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten) (USD)	1,23	1,12	
Winst per aandeel (USD)	1,16	1,10	
Marges			
Brutomarge	59,4%	60,1%	15 bp
Genormaliseerde EBITDA-marge	42,9%	42,7%	44 bp
Genormaliseerde EBIT-marge	35,9%	35,7%	62 bp

De gerapporteerde cijfers van AB InBev voor FY12 en FY11 en voor 4Q12 en 4Q11 zijn gebaseerd op de geauditeerde geconsolideerde jaarrekening, opgesteld in overeenstemming met IFRS. Tenzij anders vermeld, zijn de cijfers gepresenteerd in miljoen USD.

Teneinde het inzicht in de onderliggende prestaties van AB InBev te vergemakkelijken, steunen de groeianalyses, inclusief alle toelichtingen in dit persbericht, en behoudens andersluidende vermelding, op interne en genormaliseerde groeicijfers. 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 overnames en desinvesteringen, 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 veranderingen in boekhoudkundige schattingen en andere veronderstellingen waarvan het management oordeelt dat ze geen onderdeel vormen van de onderliggende prestaties van de onderneming.

Alle verwijzingen per hectoliter (per hl) zijn exclusief de Amerikaanse niet-bieractiviteiten. Om het effect van de geografische mix, d.i. de impact van de sterkere volumegroei in landen met lagere opbrengsten per hectoliter en lagere Kostprijs Verkochte Goederen per hectoliter, te elimineren, tonen we, waar aangegeven, ook de interne groeicijfers per hectoliter bij een constante geografische basis. Wanneer we ramingen maken bij een constante geografische basis, gaan we ervan uit dat elk land waar we actief zijn goed is voor hetzelfde percentage van ons wereldwijde volume als in dezelfde periode van het voorgaande jaar.

Telkens wanneer er in dit document sprake is van prestatie-indicatoren (EBITDA, EBIT, winst, aanslagvoet, 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 onderneming. Ze worden afzonderlijk meegedeeld aangezien ze belangrijk zijn voor een goed begrip van de onderliggende duurzame prestaties van de onderneming omwille van hun omvang of aard. Genormaliseerde cijfers zijn aanvullende cijfers gebruikt door het management en mogen niet dienen ter vervanging van de cijfers bepaald in overeenstemming met IFRS als indicator van de prestatie van de onderneming. De opstelling van cijfers in de tabellen en bijlagen kan soms leiden tot afrondingsverschillen.

De winst per aandeel voor FY12 en 4Q12 is gebaseerd op een gewogen gemiddelde van 1 600 miljoen aandelen, vergeleken met 1 595 miljoen aandelen voor FY11 en 4Q11.

COMMENTAAR VAN HET MANAGEMENT

Bij Anheuser-Busch InBev *leiden* we onze sector met een getalenteerd team aangestuurd door ons Droom-Mensen-Cultuur-platform, met merken die bij miljoenen consumenten in de smaak vallen, en dankzij sterke posities op de belangrijkste biermarkten ter wereld. We *geven vorm* aan de toekomst door de ervaring van de consument te herdefiniëren, het aantal consumptiemomenten uit te breiden en een betere wereld te promoten via verantwoorde consumptie en initiatieven op het vlak van milieu en de gemeenschap. En we streven ernaar nieuwe opportuniteiten te *creëren* met innovaties op het vlak van producten, verpakkingen, processen en banden met de consument. *Leiden, vorm geven en creëren* – dat is de manier

PERSBERICHT

Brussel, 27 februari 2013 – 4 / 30



waarop we onze engagementen tegenover consumenten, klanten, aandeelhouders, werknemers en gemeenschappen waarmaken. En dat is de manier waarop we groeien.

Dankzij onze vastberadenheid om de sector te leiden, vorm te geven aan de toekomst en groei mogelijkheden te creëren, hebben we solide resultaten neergezet in 2012. De totale opbrengsten stegen met 7,2% tot 39,8 miljard USD, voornamelijk ten gevolge van een gunstige merkenmix en onze initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer. De Kostprijs Verkochte Goederen steeg met 5,4%, waarbij onze aanhoudende inspanningen om de operationele efficiëntie en productiviteit te verbeteren een stijging van de grondstoffenprijzen gedeeltelijk compenseerden. De verkoop- en marketinguitgaven stegen met 6,8% aangezien we actief in de groei van onze merken geïnvesteerd hebben. De EBITDA steeg met 7,7%, terwijl de EBITDA-marge met 18 basispunten toenam tot 39,0%. De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten is met 12,9% gestegen tot 7,3 miljard USD, of 4,55 USD per aandeel, vergeleken met 6,4 miljard USD, of 4,04 USD per aandeel, in 2011. De bedrijfskasstroom is met 6,3% gestegen tot 13,3 miljard USD, en we hebben het jaar afgesloten met een verhouding tussen de nettoschuld en de EBITDA vóór overname-activiteiten van 1,87, wat in lijn is met ons engagement om een verhouding van 2,0 te realiseren tegen eind 2012. De verhouding tussen de nettoschuld en de EBITDA op gerapporteerde basis bedroeg 1,94. Onze liquiditeitspositie, inclusief liquide middelen en vastgelegde kredietfaciliteiten, bedroeg 35,1 miljard USD op het einde van 2012. De Raad van Bestuur heeft ook beslist halfjaarlijkse dividendbetalingen in te voeren, te beginnen met de dividenden voor FY13, betaalbaar in november 2013 en mei 2014. Door deze wijziging zal de onderneming haar kasstroom gedurende het jaar efficiënter kunnen beheren door dividendbetalingen beter af te stemmen op de inkomende bedrijfskasstroom.

Ons team van 118 000 collega's heeft deze resultaten gerealiseerd ondanks het onzekere wereldwijde economische klimaat, accijnsverhogingen in bepaalde landen, en volatiele wisselkoersen en grondstofprijzen. We boekten in het bijzonder sterke vooruitgang op onze drie belangrijkste markten, met name de VS, Brazilië en China. Een toenemende focus op innovatie is een belangrijke oorzaak van ons succes met recente productlanceringen zoals Bud Light Platinum en Bud Light Lime *Lime-A-Rita* in de VS, Stella Artois Cidre Pear in het VK, Leffe Royale in België, en nieuwe visuele identiteiten voor Skol in Brazilië en Sibirskaya Korona in Rusland, naast vele andere initiatieven wereldwijd.

In juni 2012 hebben we een overeenkomst bekendgemaakt om de resterende aandelen van Grupo Modelo in Mexico die we nog niet in ons bezit hebben te verwerven voor een bedrag van ongeveer 20,1 miljard USD. Het gecombineerde bedrijf zou de sector leiden met een jaarlijks biervolume van ongeveer 400 miljoen hl. We zouden de nummer 1 brouwer in Mexico zijn, de op drie na grootste winstmarkt van de biersector en de op een na grootste economie in Latijns-Amerika. Corona zou een van onze toonaangevende wereldwijde merken worden naast Budweiser alsook een wereldwijd merk naast Stella Artois en Beck's. We verwachten ongeveer één miljard USD aan jaarlijkse kostensynergieën gespreid over een periode van meer dan vier jaar alsook 500 miljoen USD aan eenmalige kasstroomsynergieën, vooral uit het werkkapitaal, over een periode van twee jaar. Aangezien Grupo Modelo al meer dan 20 jaar een van onze belangrijkste partners is, vertrouwen we erin dat deze nieuwe fase in onze relatie de verwachte resultaten zal opleveren, waarde zal creëren voor onze aandeelhouders en wereldwijd positief ontvangen zal worden door consumenten die van fantastische bieren houden.

Daarnaast hebben we in februari 2013 een gewijzigde transactie met Constellation Brands bekendgemaakt waarbij Constellation Brands de brouwerij van Grupo Modelo te Piedras Negras in Mexico verwerft en Crown Imports een permanente en exclusieve licentie krijgt voor de merken van Grupo Modelo die in Mexico geproduceerd worden en in de VS door Crown verkocht worden voor een bedrag van 2,9 miljard USD, onder voorbehoud van een aanpassing na het

PERSBERICHT

Brussel, 27 februari 2013 – 5 / 30



afsluiten van de overeenkomst. Zoals reeds aangekondigd in juni 2012, gaat AB InBev akkoord om het belang van Grupo Modelo van 50% in Crown te verkopen aan Constellation Brands voor een bedrag van 1,85 miljard USD. De voorwaarden voor de combinatie van AB InBev met Grupo Modelo, die in juni 2012 bekend gemaakt werd, zijn onveranderd gebleven.

De combinatie met Grupo Modelo is nog steeds het voorwerp van een klacht van het Amerikaanse ministerie van Justitie. De herziene overeenkomst met Constellation blijft onderworpen aan de voltooiing van de transactie met Modelo, alsook aan de goedkeuring door de regelgevende instanties van de Verenigde Staten en Mexico, en aan andere gebruikelijke afsluitvoorwaarden.

We zijn in mei 2012 ook een strategische alliantie aangegaan met Cervecería Nacional Dominicana S.A. (CND) om onze respectieve activiteiten te combineren en zo het grootste drankenbedrijf in de Caraïben tot stand te brengen. Het gemeenschappelijk activiteitenportfolio zal onder andere bier-, mout- en frisdrankactiviteiten omvatten in de Dominicaanse Republiek, Antigua, Saint Vincent en Dominica, alsook exportactiviteiten naar 16 andere landen in de Caraïben, de VS en Europa.

Onze belangrijkste focus blijft het aansturen van interne groei binnen onze bestaande activiteiten, maar deze transacties weerspiegelen onze inspanningen om onze voetafdruk op de wereldwijde biermarkten te vergroten, ons merkenportfolio uit te breiden en bijkomende opbrengsten en winsten te genereren.

Onze sector leiden

In 2012 bleven we onze sector leiden via ons sterk portfolio van Belangrijkste Merken, ons leidinggevend marktaandeel op de belangrijkste wereldwijde biermarkten en onze investeringen in capaciteitsvergroting om onze groei te ondersteunen.

Onze strategie van Belangrijkste Merken is cruciaal voor onze leidinggevende positie. De volumes Belangrijkste Merken, die goed zijn voor ongeveer 70% van onze totale biervolumes, stegen met 1,5% in 2012, terwijl het volume van onze wereldwijde merken, Budweiser, Stella Artois en Beck's, met 4,1% toenam. Het volume Budweiser dat buiten de VS verkocht wordt, is momenteel goed voor 51% van het wereldwijde volume van Budweiser ten gevolge van een sterke groei in China, een sterke stijging van het verkoopvolume van Bud in Rusland en een toename binnen het segment van de luxebieren in Brazilië. De lancering van Bud in Oekraïne werd uitstekend onthaald en het merk heeft er reeds een marktaandeel van 1% behaald. Stella Artois zette een dubbelcijferige groei neer in de VS, steeg qua volume met bijna 50% in Brazilië en ging er goed op vooruit in Rusland. Beck's presteerde goed in Duitsland en China. Sterke prestaties van andere Belangrijkste Merken waren er ook voor de merkenfamilie Bud Light in de VS en Canada, Michelob Ultra in de VS, Antarctica in Brazilië, Harbin in China en Hasseröder in Duitsland.

De vooruitgang op onze sleutelmarkten, de VS, Brazilië en China, levert des te meer het bewijs van onze wereldwijde leidinggevende positie. Ons volume in de VS is voor de eerste keer gestegen sinds 2008, en ons marktaandeel vertoont tekenen van stabilisatie met marktaandeelgroei voor de merkenfamilie Bud Light, Michelob Ultra, Stella Artois en Shock Top. In Brazilië kende ons volume eigen bieren een stijging met 2,5%, goed voor een marktaandeel van 68,5%. De luxemerken, waaronder wereldwijde merken Budweiser en Stella Artois alsook de lokale luxemerken Bohemia en Original, bleven groeien met een ruime voorsprong op de markt. In China is ons volume met 1,9% gestegen en hebben we marktaandeel gewonnen ondanks een uitdagend jaar voor de sector wegens ongunstige weersomstandigheden. Budweiser heeft haar

PERSBERICHT

Brussel, 27 februari 2013 – 6 / 30



positie als het leidinggevende luxemerke in China versterkt, en kende een dubbelcijferige volumestijging.

We investeren overal ter wereld in capaciteit om onze leidinggevende positie uit te breiden. In China zijn we overeengekomen om een meerderheidsbelang te verwerven in vier brouwerijen en hebben nieuwe brouwerijen opgericht in Fujian en Henan in 2012. Daarnaast zullen vier nieuwe brouwerijen het licht zien in de komende twee jaar. We vergroten ook onze capaciteit in Brazilië met het oog op de 2014 FIFA World Cup™. We hebben eind 2011 een nieuwe brouwerij geopend in Pernambuco, in het noordoosten van het land, en de bouw aangekondigd van een nieuwe brouwerij in Parana, in het zuiden, die de deuren zal openen in 2014.

Vorm geven aan de toekomst

Het bedrijf speelt een belangrijke rol in de vormgeving van de toekomst door een positieve omgeving te helpen creëren voor de groei op lange termijn van onze activiteiten de sector en tegelijkertijd ook aan een Betere Wereld te werken.

De ontwikkeling van sterke wereldwijde merken is een belangrijk aspect van onze inspanningen om vorm te geven aan de toekomst van onze activiteiten. Binnen ons portfolio van meer dan 200 merken hebben onze drie wereldwijde merken Budweiser, Stella Artois en Beck's een groter potentieel om aan onze groei bij te dragen. Bijgevolg investeren we in onze wereldwijde merken, lanceren we ze op nieuwe markten, vergroten we onze capaciteit om aan de groeiende vraag te voldoen en maken we gebruik van innovatieve marketing en reclame om sterke banden te smeden met de consument.

Premiumisatie is een ander belangrijk onderdeel van dit proces. Aangezien we ernaar streven om aan de groeiende vraag van consumenten naar luxeproducten te voldoen, zal de daaruit voortvloeiende wijziging van onze productmix een positieve impact hebben op onze inkomsten en marges. Budweiser heeft aanzienlijk marktaandeel gewonnen in het segment van de luxeproducten in diverse landen zoals China, Brazilië en Rusland. Stella Artois en Shock Top zijn sterke luxemerken in de VS en we lanceren er ambachtelijke bieren van Goose Island op nationale schaal. Het belang van luxemerken blijkt onder andere uit het feit dat het segment van de luxemerken in China 2,5 maal sneller groeit dan de sector over het algemeen.

Om vorm te geven aan een mooiere toekomst voor ons bedrijf moeten we ook meer keuzes kunnen aanbieden aan onze consumenten. We maken gebruik van uitgebreide inzichten in de consumentenvoorkeuren om nieuwe producten te ontwikkelen waar men op meerdere momenten verantwoord van kan genieten. Dit heeft tot een aantal innovaties geleid, waaronder producten gericht op het nachtleven, producten die voor verfrissing zorgen wanneer ze op ijs geserveerd worden of producten die de consument een niet-alcoholisch alternatief aanbieden.

We geloven dat onze inspanningen om wereldwijde merken te ontwikkelen, het segment van de luxebieren verder te laten groeien, het aanbod voor de consument uit te breiden en meer consumptiemomenten te delen met de consument zullen bijdragen aan het langetermijnsucces van zowel AB InBev als de biersector.

De belangrijkste bijdrage die we kunnen leveren aan de vormgeving van de toekomst is ons engagement om onze droom om **het Beste Bierbedrijf in een Betere Wereld** te zijn te vervullen. We hebben een leidersrol opgenomen om verantwoorde consumptie te promoten, het milieu te beschermen en een verschil te maken binnen onze gemeenschappen. In 2012 hebben we verder als eerste campagnes voor verantwoorde consumptie gelanceerd op al onze markten, en ambitieuze milieudoelstellingen gerealiseerd. We hebben ook opnieuw teruggegeven aan onze

PERSBERICHT

Brussel, 27 februari 2013 – 7 / 30



gemeenschappen via slachtofferhulp, vrijwilligerswerk, financiële ondersteuning en de creatie van jobs en economische activiteiten.

Nieuwe groeiopportunities creëren

Doorheen het bedrijf werken we om innovatie aan te sturen en nieuwe mogelijkheden te creëren – niet enkel in onze producten en verpakkingen, maar ook in het scheppen van een band met de consument en het aanhoudend verbeteren van de bedrijfsprocessen.

We hebben succesvolle producten gelanceerd die op het nachtleven gericht zijn, zoals Bud Light Platinum, Quilmes Night en het Budweiser “Gambei”-blikje in China. Bud Light Lime *Lime-A-Rita*, gericht op consumenten met een zoetere smaak, is een van de snelst groeiende nieuw gelanceerde producten in de sector in de VS. We hebben innovatie in de categorie van de ciders geïntroduceerd met Stella Artois Cidre en Stella Artois Cidre Pear. En we hebben een hele waaier aan producten voor mensen die liever niet-alcoholische dranken drinken, zoals Quilmes Lieber, Jupiler Force en Hoegaarden 0,0. Een vernieuwde verpakking, zoals het Stella Artois-blikje met een afbeelding van het glas op voet, zet consumenten aan om onze producten eens vanuit een ander perspectief te bekijken.

Sociale en digitale media worden in grote mate ingezet om banden te smeden met consumenten. Onze merken tellen ongeveer 60 miljoen fans op onze pagina's op sociale media en in onze consumentendatabanken. We creëren ook unieke ervaringen die de consument dichterbij zijn favoriete merk brengen. Voorbeelden daarvan zijn Budweiser Music Kingdom in China, onze sponsoring van belangrijke sportevenementen zoals de FIFA World Cup™ en de National Football League (NFL) in de VS, en de jaarlijkse Stella Artois World Draught Masters-wedstrijd.

Als het om het creëren van opportuniteiten gaat, is niets belangrijker dan onze mensen. Ze komen elke dag werken met een trots gevoel van “ownership” (verantwoordelijkheidsgevoel) en een passie voor uitmuntendheid. Onze droom om het Beste Bierbedrijf in een Betere Wereld te zijn, inspireert onze “ownership”-cultuur, waar men de verantwoordelijkheid aanvaardt om buitengewone resultaten te behalen.

Vooruitblik

Hoewel we verwachten dat 2013 opnieuw een uitdagend en onzeker jaar zal zijn in het wereldwijde economische klimaat, zullen we blijven werken aan de langetermijngroei van ons bedrijf en onze aandeelhouderswaarde. Binnen die context zullen we ons bewezen bedrijfsmodel volgen: investeren in volume- en opbrengstengroei, een strikte kostendiscipline hanteren en verbetering van de marges nastreven. We zullen focussen op de uitbouw van een levendige biersector, de consolidatie van onze positie op de belangrijkste markten, de versterking van onze merken en van onze banden met de consument, en de ontwikkeling van een superieure kasstroom die achteraf opnieuw in groei geïnvesteerd kan worden.

De belangrijkste prioriteiten voor onze sleutelmarkten in 2013 omvatten onder andere:

In de Verenigde Staten:

- **Investeren in onze Belangrijkste Merken.** Dit omvat het marktaandeel van de merkenfamilies Bud Light, Michelob Ultra en Stella Artois vergroten en de merkenfamilie Budweiser opnieuw populair maken bij jongvolwassenen. Innovatie zal opnieuw een belangrijke rol spelen bij het bereiken van onze doelstellingen en we beginnen 2013 met een gezonde innovatiepijplijn.
- **Winnen in het segment van de luxebieren.** We zullen ons blijven richten op de uitbreiding van ons marktaandeel in het segment van de luxebieren en daarbij in het

PERSBERICHT

Brussel, 27 februari 2013 – 8 / 30



bijzonder voortbouwen op het succes van Stella Artois en Shock Top in 2012, ondersteund door de nationale uitrol van Goose Island.

- **Opbrengstenbeheer verbeteren.** We zullen onze opbrengst per hectoliter verhogen door middel van een verbeterende merkenmix, sterke innovaties, prijsinitiatieven inzake verpakkingen en optimalisatie van onze promotionele activiteiten.
- **Uitmundendheid nastreven in de uitvoering van verkoop en distributie(Route to Market).** We zullen nauw blijven samenwerken met onze grootdistributiepartners en beste praktijken uitwisselen om onze instrumenten voor de planning en uitvoering van de verkoop enerzijds en onze gelegenheidsspecifieke, kanaalspecifieke en regiospecifieke distributieoplossingen anderzijds te blijven verbeteren.

In Brazilië:

- **De voorkeur van de consument behouden.** We gaan verder met programma's om de voorkeur voor onze drie nationale merken, Skol, Brahma en Antarctica, te behouden.
- **De categorie uitbreiden via innovatie.** Dit omvat niet enkel innovaties op het vlak van product en verpakking maar ook initiatieven inzake distributie die tot doel hebben om de consumentenervaring te verbeteren en de beschikbaarheid van onze producten te verhogen.
- **Het volume luxebieren verhogen.** Groei realiseren en het voortouw nemen in het segment van de luxebieren middels een portfoliobenadering waarbij onze internationale luxemerken Budweiser en Stella Artois centraal staan
- **De regionale uitbreiding voortzetten.** Onze sterke merken en distributiecapaciteiten inzetten om verder uit te breiden in het sneller groeiende noorden en noordoosten van het land.

In China:

- **De voorkeur van de consument versterken.** De voorkeur voor onze nationale merken Budweiser en Harbin en ons regionaal merk Sedrin blijven versterken, ondersteund door een sterke innovatieagenda. Innovaties lanceren voor specifieke gelegenheden, vooral gericht op eetmomenten en het nachtleven, om de biercategorie uit te bouwen en de consument te stimuleren om voor een luxeproduct te kiezen.
- **Uitbreiden.** Onze voetafdruk op de meest aantrekkelijke Chinese markten verder verbeteren aan de hand van nieuwe vestigingen en selecte overnames en tegelijk de distributie van onze merken versterken via nieuwe kanalen, steden en segmenten.
- **De prestaties in onze belangrijkste provincies maximaliseren.** Onze activiteiten verder ontwikkelen in de gebieden waar we al sterk staan in het noordoosten en het zuidoosten.
- **De verkoopactiviteiten verbeteren.** Beste praktijken benutten om opbrengstenbeheer, oplossingen op het vlak van distributie en handel, de verkoop op het terrein en de prestaties van grootdistributeurs verder te ontwikkelen.

VOORUITZICHTEN

Onze vooruitzichten voor 2013 zijn:

- (i) **Volumes:** We blijven onze strategie van Belangrijkste Merken en premiumisatie verderzetten in de VS, ondersteund door een gezonde innovatiepijplijn en een sterk plan op het vlak van verkoopuitvoering. We verwachten dat onze volumes in de VS in het eerste kwartaal onder invloed zullen staan van het op korte termijn onder druk staan van het beschikbare consumenteninkomen, alsook van moeilijk vergelijkbare weersomstandigheden. We verwachten dat onze biervolumes in Brazilië een lage tot gemiddelde eencijferige groei zullen kennen voor het volledige jaar, met een zwakker eerste kwartaal door een vroegere timing van Carnaval in vergelijking met 2012, alsook slechte weersomstandigheden. We verwachten een terugkeer van solide groei van de

PERSBERICHT

Brussel, 27 februari 2013 – 9 / 30



sectorvolumes in China in 2013, met een goed herstel van onze eigen volumes in het eerste kwartaal in vergelijking met 4Q12.

- (ii) **Opbrengsten per hl:** We verwachten dat de opbrengsten per hl een interne groei zullen kennen die de inflatie, gewogen per land, overtreft ten gevolge van aanhoudende verbetering van de mix en initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer.
- (iii) **Kostprijs Verkochte Goederen per hl:** We verwachten dat de KVG per hl in 2013 een gemiddelde eencijferige interne stijging zal kennen, waarbij de wereldwijde stijgingen van de grondstofprijzen en ongunstige transactionele wisselkoersimpacten (voornamelijk BRL/USD) deels gecompenseerd zullen worden door besparingen op het vlak van aankoopactiviteiten en efficiëntiewinsten.
- (iv) **Distributiekosten per hl:** We verwachten dat de distributiekosten per hl een gemiddelde eencijferige interne stijging zullen kennen.
- (v) **Verkoop- en marketinguitgaven:** We zullen onze volume- en opbrengstenprestaties blijven bevorderen door in onze merken te investeren, en bijgevolg verwachten we dat de verkoop- en marketinginvesteringen een hoge eencijferige groei zullen kennen.
- (vi) **Netto financiële kosten:** We verwachten dat de gemiddelde coupon op de nettoschuld tussen 4,8% en 5,3% zal liggen, mits het voltooiën van de combinatie met Grupo Modelo in 1H13. De gemiddelde coupon zal naar verwachting vanaf 2014 met 50 basispunten dalen als gevolg van het verdwijnen van de bijkomende liquiditeiten die we momenteel aanhouden in afwachting van de voltooiing van de combinatie. De netto-interestkosten voor pensioenen (ten gevolge van de herwerkte IAS 19-norm) en de toerekeningskosten zullen naar verwachting respectievelijk circa 40 en 75 miljoen USD per kwartaal bedragen.
- (vii) **Effectieve aanslagvoet:** Onze effectieve aanslagvoet zal naar verwachting in 2013 tussen 20% en 22% liggen, in de periode 2014-2017 tussen 20% en 25%, en daarna tussen 25% en 27% liggen.
- (viii) **Netto-investeringsuitgaven:** Wij verwachten dat de netto-investeringsuitgaven in 2013 ongeveer 3,7 miljard USD zullen bedragen, waarbij de verhoging tegenover 2012 voornamelijk gedreven is door investeringen in capaciteitsuitbreiding in Brazilië en China, naast consumentgerichte investeringsuitgaven gerelateerd aan onze sterke innovatiepijplijn en aan marktprogramma's.
- (ix) **Schuld:** We verwachten dat we na de voltooiing van de combinatie met Grupo Modelo een verhouding tussen de nettoschuld en de EBITDA van minder dan 2,0 zullen bereiken in de loop van 2014. Ongeveer een derde van de brutoschuld van AB InBev is uitgedrukt in een andere munteenheid dan de US dollar, in het bijzonder in euro.

HERWERKTE IAS 19-NORM EN REFERENTIEBASIS 2012

De herwerkte IFRS-norm "IAS 19 Personeelsbeloningen" is van kracht sinds 1 januari 2013. Vanaf deze datum zal AB InBev de netto-interestkosten voor pensioenverplichtingen als een onderdeel van de netto financiële kosten voorstellen. De tabellen in Bijlage 3 (de "Referentiebasis voor 2012") geven de aangepaste cijfers per Zone weer voor 2012 net alsof de aangepaste norm al sinds 1 januari 2012 van kracht is. De netto-impact van de herwerkte norm op de resultaten van 2012 zou een stijging van de EBITDA met 14 miljoen USD en een stijging van de netto financiële kosten met 160 miljoen USD geweest zijn met een netto-impact op de winst vóór belastingen van -146 miljoen USD.

Daarnaast weerspiegelt de Referentiebasis voor 2012 de overdracht van de beheerverantwoordelijkheid voor Ecuador en Peru naar de Zone Latijns-Amerika Zuid. Deze landen behoorden tot de Zone Latijns-Amerika Noord in 2012.

PERSBERICHT

Brussel, 27 februari 2013 – 10 / 30



BEDRIJFSRESULTATEN

Voor gedetailleerde segmentinformatie inzake de financiële resultaten voor FY12 en 4Q12 wordt verwezen naar de Bijlage bij dit persbericht.

Tabel 2. Volumes (duizend hls)

	FY11	Scope	Interne groei	FY12	Interne groei	
					Totale volume	Volume eigen bieren
Noord-Amerika	124 899	-547	787	125 139	0,6%	0,5%
Latijns-Amerika Noord	120 340	2 312	3 535	126 187	3,0%	2,7%
Latijns-Amerika Zuid	34 565	-	-273	34 292	-0,8%	0,1%
West-Europa	30 887	-65	-1 291	29 531	-4,2%	-3,5%
Centraal- en Oost-Europa	25 690	-	-2 904	22 785	-11,3%	-11,3%
Azië	55 980	645	1 042	57 667	1,9%	1,9%
Globale Export en Holdingmaatschappijen	7 004	-217	243	7 030	3,6%	3,6%
AB InBev Wereldwijd	399 365	2 128	1 138	402 631	0,3%	0,1%
	4Q11	Scope	Interne groei	4Q12	Interne groei	
					Totale volume	Volume eigen bieren
Noord-Amerika	28 005	37	622	28 664	2,2%	2,1%
Latijns-Amerika Noord	35 130	767	1 206	37 104	3,5%	3,3%
Latijns-Amerika Zuid	10 748	-	-341	10 407	-3,2%	-1,2%
West-Europa	7 585	-	-290	7 295	-3,8%	-3,8%
Centraal- en Oost-Europa	5 485	-	-542	4 943	-9,9%	-9,9%
Azië	10 714	-	-852	9 862	-8,0%	-8,0%
Globale Export en Holdingmaatschappijen	1 800	-89	113	1 824	6,6%	6,6%
AB InBev Wereldwijd	99 467	715	-84	100 098	-0,1%	-0,3%

Noord-Amerika (NA)

De totale volumes in Noord-Amerika stegen met 0,6% in FY12 en met 2,2% in 4Q12.

In de **Verenigde Staten** kenden onze leveringsvolumes aan onze grootdistributeurs (VAG) een stijging met 0,7% in FY12 en met 2,7% in 4Q12. De bierverkoop aan kleinhandelaars (VAK) gecorrigeerd voor het aantal verkoopdagen steeg met 0,4% in FY12 en met 0,9% in 4Q12.

We schatten dat de VAK voor de sector met 0,8% toenam in FY12 en met 0,6% in 4Q12. We blijven goede vooruitgang boeken op het vlak van marktaandeel. We schatten dat ons marktaandeel er in 4Q12 voor het eerst gegroeid is sinds 2Q09, stabiel was in 2H12 en met minder dan 20 basispunten afnam in FY12. De marktaandeelwinst in 4Q12 wordt op meer dan 20 basispunten geschat en is te danken aan grote vooruitgang in de categorie van de superluxebieren na de uitrol van Bud Light Platinum en Bud Light Lime *Lime-A-Rita*. Deze innovaties hebben geholpen om het marktaandeel van de Bud Light-familie te vergroten met ongeveer 70 basispunten in FY12 en meer dan 80 basispunten in 4Q12. Michelob Ultra, Shock Top, Stella Artois en onze andere luxemerken hebben zowel in het kwartaal als over het volledige jaar ook marktaandeel gewonnen terwijl ons marktaandeel onder druk bleef staan ten gevolge van een zwakker Budweiser en van onze prijsstrategie om de kloof tussen sub-luxemerken en luxemerken in ons portfolio te dichten.

De Amerikaanse bieropbrengsten per hl stegen met 4,9% in FY12 ten gevolge van het positieve effect van de prijsverhoging eind 2011 alsook een positieve merkenmix die goed was voor een stijging met ca. 170 basispunten. In 4Q12 stegen de Amerikaanse bieropbrengsten per hl met 4,8% ten gevolge van het positieve effect van de prijsverhoging van 2012 alsook van een positieve merkenmix die goed was voor een stijging met ca. 210 basispunten. In beide periodes was de gunstige merkenmix het gevolg van de introductie van Bud Light Platinum en Bud Light Lime *Lime-A-Rita*, de groei van Michelob Ultra, Shock Top, Stella Artois en onze andere luxemerken, en de groeiende voorkeur van de consument voor luxemerken in plaats van goedkopere merken.

PERSBERICHT

Brussel, 27 februari 2013 – 11 / 30



In **Canada** stegen onze biervolumes met 0,1% in FY12 en daalden ze met 2,0% in 4Q12, vooral ten gevolge van een moeilijke vergelijkingsbasis in de sector, slecht weer en de lock-out in het ijshockey. We schatten dat ons marktaandeel in het kwartaal circa 40,5% bedroeg met sterke resultaten voor Bud Light, dat zowel qua volume als marktaandeel groei kende. We schatten dat ons marktaandeel 40,6% bedroeg in FY12.

De EBITDA voor Noord-Amerika nam in FY12 met 2,4% toe tot 6 706 miljoen USD. De marge daalde met 113 basispunten tot 41,8% ten gevolge van (i) een stijging van de verkoop- en marketinginvesteringen met 9,7% aangezien we de investeringen in onze merken opvoerden om de positieve evolutie op de Amerikaanse markt te ondersteunen, (ii) hogere grondstofprijzen, en (iii) een stijging van de distributiekosten met 10,1% gerelateerd aan de uitrol van onze innovaties, hogere brandstofkosten en extra eigen distributieactiviteiten. De EBITDA in NA steeg met 2,7% tot 1 572 miljoen USD in 4Q12, terwijl de marge met 150 basispunten daalde met grotendeels dezelfde oorzaken als in het geval van FY12 alsook wegens hogere administratieve kosten gerelateerd aan de voorzieningen voor variabele vergoedingen.

We blijven vertrouwen hebben in ons potentieel om onze marge te verhogen in Noord-Amerika en meer specifiek in de VS.

Latijns-Amerika Noord (LAN)

In Latijns-Amerika Noord (LAN) hebben we in FY12 een totale volumegroei van 3,0% gerealiseerd, waarbij de biervolumes met 2,7% stegen en het volume frisdranken met 3,7% toenam. In 4Q12 nam het totale volume met 3,5% toe, waarbij het volume bieren met 3,3% steeg en het volume frisdranken een groei van 4,0% kende.

In **Brazilië** groeiden onze biervolumes met 2,5% in FY12 en met 2,9% in 4Q12. De volumegroei in het kwartaal was te danken aan een sterke uitvoering van onze commerciële initiatieven, extra prijspromoties na de gedeeltelijke opschorting van de belastingsverhoging die op 28 september aangekondigd werd en gunstige weersomstandigheden. Onze luxemerken blijven sneller groeien dan de rest van ons portfolio. Budweiser is nu ruim een jaar op de markt actief en is volgens onze gegevens in de loop van het kwartaal het grootste internationale luxemerk in Brazilië geworden. Stella Artois groeit ook snel met een volumegroei van meer dan 45% in FY12.

We schatten dat het volume van de biersector in Brazilië met 3,2% gestegen is in FY12 en met 4,7% in 4Q12. We schatten dat ons marktaandeel in de loop van het jaar met 50 basispunten is afgenomen en gemiddeld 68,5% bedraagt, terwijl ons marktaandeel in 4Q12 met 120 basispunten is afgenomen, vooral ten gevolge van onze prijsstijgingen in 3Q12.

De Braziliaanse bieropbrengsten per hl stegen met 9,6% in FY12 en met 10,9% in 4Q12. De groei in het kwartaal was te danken aan prijsverhogingen in 3Q12, een positieve mix van luxemerken en hogere directe distributie, gedeeltelijk teniet gedaan door hogere belastingen.

De Kostprijs Verkochte Goederen per hl is in LAN met 6,3% gestegen in FY12 wegens een stijging met 11,1% in 4Q12 die het gevolg is van hogere grondstofprijzen, een ongunstige verpakkingsmix en hogere afschrijvingen.

In LAN groeide de EBITDA in FY12 met 14,2% tot 5 801 miljoen USD, terwijl de EBITDA-marge met 72 basispunten toenam tot 50,6. In 4Q12 steeg de EBITDA met 15,9% tot 1 973 miljoen USD, terwijl de EBITDA-marge met 87 basispunten steeg tot 57,5%. De distributiekosten stegen met 12,4% in FY12 ten gevolge van een hogere mix van directe distributie en hogere transportkosten. Zoals verwacht, vertraagde de groei van de distributiekosten naarmate het jaar vorderde, en bedroeg de groei maar 6,1% in 4Q12. De administratieve kosten stegen met

PERSBERICHT

Brussel, 27 februari 2013 – 12 / 30



22,0% in FY12 maar daalden met 15,9% in 4Q12, vooral wegens het bedrag en de timing van de voorzieningen voor variabele compensatie tijdens het jaar.

Latijns-Amerika Zuid (LAS)

In FY12 namen de totale volumes in LAS met 0,8% af, waarbij het volume bieren met 0,1% steeg en het volume niet-bieren met 2,2% daalde. In 4Q12 nam het totale volume met 3,2% af, waarbij het volume bieren met 1,2% afnam en het volume niet-bieren met 6,6% daalde.

Onze biervolumes in **Argentinië** daalden met 0,4% in FY12 wegens een onzekere consumentenomgeving en een zwakke sector. Sterke prestaties van Quilmes en Stella Artois zorgden echter voor aanhoudende sterke marktaandeelprestaties. In 4Q12 daalden de volumes met 3,0%, opnieuw wegens een zwakke sector.

De EBITDA voor LAS groeide met 21,9% tot 1 432 miljoen USD in FY12 en de EBITDA-marge steeg met 78 basispunten tot 47,4% onder invloed van een opbrengstengroei die door de hoge kosteninflatie teniet gedaan werd. In 4Q12 groeide de EBITDA met 28,0%, terwijl de EBITDA-marge met 317 basispunten toenam tot 54,5%.

West-Europa (WE)

In FY12 daalde het volume eigen bieren met 3,5%, terwijl het totale volume daalde met 4,2%. In 4Q12 daalde zowel het volume eigen bieren als het totale volume met 3,8%. Het totale volume eigen producten, inclusief cider, daalde met 3,0% in FY12 en met 3,5% in 4Q12.

In **België** daalden de volumes eigen bieren met 4,1% in FY12 en met 1,3% in 4Q12 onder invloed van zwakkere resultaten in de sector in de eerste helft van het jaar ten gevolge van slechte weersomstandigheden. Het marktaandeel bleef stabiel op 56,3% voor het volledige jaar.

De volumes eigen bieren in **Duitsland** daalden met 1,4% in FY12 en met 2,3% in 4Q12. Ons marktaandeel ging erop vooruit in FY12 en in 4Q12 dankzij sterke resultaten van onze Belangrijkste Merken Beck's en Hasseröder.

In het **Verenigd Koninkrijk** is ons volume eigen producten met 8,2% gedaald in FY12 en met 12,7% in 4Q12, vooral ten gevolge van een zwakke sector en druk op ons marktaandeel wegens activiteiten van de concurrentie in de grootdistributie.

De EBITDA voor WE steeg met 1,4% tot 1 155 miljoen USD in FY12 met een verbetering van de EBITDA-marge met 89 basispunten tot 31,9%. De impact van de druk op de volumes en op de grondstofprijzen werd gecompenseerd door besparingen op de verkoop- en marketinguitgaven, strikt kostenbeheer en over het algemeen goede resultaten in Frankrijk, Nederland en Italië. In 4Q12 groeide de EBITDA met 4,2% tot 311 miljoen USD, terwijl de EBITDA-marge met 102 basispunten toenam tot 34,3%.

Centraal- & Oost-Europa (CEE)

De biervolumes in CEE daalden met 11,3% in FY12 en met 9,9% in 4Q12.

In **Rusland** daalden onze biervolumes met 12,0% in FY12 en met 10,9% in 4Q12 ten gevolge van een zwakke sector na wijzigingen in de regelgeving. Het marktaandeelverlies is het gevolg van de implementatie van aan belastingen gekoppelde en andere selectieve prijsverhogingen eerder dan de concurrentie en promotionele druk bij belangrijke klanten. We blijven echter vooruitgang boeken met de optimalisatie van ons merkenportfolio, met onze luxemerken en superluxemerken, waaronder Sibirskaya Korona, Bud, Stella Artois, Hoegaarden en Lowenbrau, die voor een stijging van het marktaandeel met naar schatting 90 basispunten gezorgd hebben

PERSBERICHT

Brussel, 27 februari 2013 – 13 / 30



en nu goed zijn voor 35% van onze totale volumes. Bud heeft een geschat marktaandeel van 1,4% bereikt.

In **Oekraïne** zijn onze biervolumes met 10,3% gedaald in 3Q12 en met 8,1% in 4Q12 ten gevolge van een zwakke sector en marktaandeelverlies. Bud heeft echter een geschat marktaandeel van 1% behaald in de negen maanden na de lancering van het merk.

De EBITDA steeg met 19,0% tot 257 miljoen USD in FY12 ten gevolge van onze focus op een hogere rentabiliteit, met een groei van de opbrengsten per hl met 12,9% die het gevolg is van aan de inflatie gekoppelde prijsstijgingen en een positieve merkenmix op beide markten, alsook van lagere distributiekosten. In 4Q12 daalde de EBITDA met 26,3% tot 32 miljoen USD, vooral ten gevolge van volumeverlies en de timing van verkoop- en marketinguitgaven.

Azië (APAC)

Het biervolume in Azië nam in FY12 met 1,9% toe en in 4Q12 met 8,0% af.

In **China** groeiden onze biervolumes met 1,9% in FY12 en daalden ze met 8,1% in 4Q12. In de gebieden waar wij actief zijn, kenden de sectorvolumes in 4Q12 een daling met bijna 12% wegens de strenge koude en het natte weer. Niettemin schatten we dat we marktaandeel veroverd hebben in China in zowel FY12 als 4Q12. Onze Belangrijkste Merken Budweiser, Harbin en Sedrin stegen met 8,1% in FY12 maar daalden met 3,6% in 4Q12 ten gevolge van de zwakke sector.

De EBITDA in Azië steeg met 8,2% tot 396 miljoen USD in FY12 doordat de opbrengstengroei die het gevolg was van een hoger volume, betere merkenmix en selectieve prijsverhogingen gedeeltelijk teniet gedaan werd door een hogere Kostprijs Verkochte Goederen. Onze geografische uitbreiding had ook een impact op de distributie- en administratieve kosten. In 4Q12 nam de EBITDA met 32,5% af tot 44 miljoen USD wegens zwakkere volumes, hogere grondstofprijzen en een verpakkingsmix met een negatieve invloed op de Kostprijs Verkochte Goederen, alsook hogere administratieve kosten die gerelateerd zijn aan onze geografische uitbreiding.

Globale Export en Holdingmaatschappijen (GEHC)

GEHC rapporteerden een EBITDA van -234 miljoen USD in FY12 vergeleken met -90 miljoen USD in FY11, en -85 miljoen USD in 4Q12 vergeleken met -60 miljoen USD in 4Q11. De daling in FY12 is vooral te wijten aan een stijging van de administratieve kosten die het gevolg zijn van hogere voorzieningen voor variabele verloning, en de centralisatie van activiteiten, waaronder het Global Procurement Office in België.

PERSBERICHT

Brussel, 27 februari 2013 – 14 / 30



GECONSOLIDEERDE RESULTATENREKENING

Tabel 3. Geconsolideerde resultatenrekening (miljoen USD)

	FY11	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	FY12	Interne groei
Opbrengsten	39 046	312	-2 421	2 821	39 758	7,2%
Kostprijs verkochte goederen	-16 634	302	762	-877	-16 447	-5,4%
Brutowinst	22 412	614	-1 659	1 944	23 311	8,5%
Distributiekosten	-3 313	-423	279	-329	-3 785	-8,9%
Verkoop- en marketingkosten	-5 143	-50	286	-352	-5 258	-6,8%
Administratieve kosten	-2 043	-41	151	-254	-2 187	-12,4%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	694	4	-73	58	684	8,3%
Bedrijfsresultaat (EBIT)						
vóór eenmalige opbrengsten/(kosten)	12 607	105	-1 015	1 068	12 765	8,5%
Eenmalige opbrengsten/(kosten) boven EBIT	-278				-32	
Netto financiële kosten	-2 597				-2 188	
Eenmalige netto financiële kosten	-540				-18	
Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen	623				624	
Belastingen	-1 856				-1 717	
Winst	7 959				9 434	
Winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	5 855				7 243	
Winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen	2 104				2 191	
Genormaliseerde EBITDA	15 357	144	-1 176	1 186	15 511	7,7%
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	6 449				7 283	
	4Q11	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	4Q12	Interne groei
Opbrengsten	9 873	137	-591	868	10 287	8,8%
Kostprijs verkochte goederen	-4 013	68	167	-328	-4 106	-8,4%
Brutowinst	5 860	205	-425	541	6 181	9,1%
Distributiekosten	-838	-110	56	-40	-932	-4,3%
Verkoop- en marketingkosten	-1 215	-24	48	-48	-1 239	-4,0%
Administratieve kosten	-554	-10	28	-26	-562	-4,7%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	293	2	-21	-47	227	-15,8%
Bedrijfsresultaat (EBIT)						
vóór eenmalige opbrengsten/(kosten)	3 546	63	-314	379	3 675	10,7%
Eenmalige opbrengsten/(kosten) boven EBIT	-134				-43	
Netto financiële kosten	-357				-751	
Eenmalige netto financiële kosten	-50				-9	
Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen	161				127	
Belastingen	-626				-501	
Winst	2 540				2 498	
Winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 850				1 756	
Winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen	690				742	
Genormaliseerde EBITDA	4 237	75	-344	420	4 388	9,9%
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 959				1 792	

Opbrengsten

De opbrengsten stegen met 7,2% in FY12 en met 8,8% in 4Q12, en de opbrengsten per hl namen met 7,8% toe in FY12 en met 9,0% in 4Q12. Bij een constante geografische basis steeg de opbrengstengroei per hl met 7,7% in FY12 en met 8,8% in 4Q12.

Kostprijs Verkochte Goederen (KVG)

Bij een constante geografische basis steeg de Kostprijs Verkochte Goederen (KVG) in FY12 met 5,4%, ofwel met 7,2% per hl. De stijging van de KVG was het gevolg van hogere grondstofprijzen in de meeste Zones, hogere personeelskosten in Latijns-Amerika Zuid en de merkenmix in Noord-Amerika en China. In 4Q12 steeg de KVG met 8,4%, of met 10,0% per hl,

PERSBERICHT

Brussel, 27 februari 2013 – 15 / 30



bij een constante geografische basis wegens hogere grondstofprijzen in de meeste Zones en een ongunstige verpakkingsmix in Brazilië en China.

Bedrijfskosten

De totale bedrijfskosten stegen met 8,6% in FY12 en met 6,7% in 4Q12:

- De **distributiekosten** stegen met 8,9% in FY12 en met 4,3% in 4Q12 ten gevolge van (i) hogere transportkosten en bijkomende eigen activiteiten op het vlak van distributie in zowel de VS als Brazilië; (ii) de uitrol van onze innovaties in de VS, in het bijzonder Bud Light Lime *Lime-A-Rita*; en (iii) hogere personeels- en transportkosten in Argentinië en China. Zoals verwacht, vertraagde de groei van de distributiekosten naarmate het jaar vorderde.
- De **verkoop- en marketinguitgaven** stegen met 6,8% in FY12 en met 4,0% in 4Q12 met hogere investeringen in onze merken en innovaties. China slaagde erin om in 4Q12 besparingen te realiseren ten gevolge van zwakke volumes binnen de sector.
- De **administratieve kosten** stegen met 12,4% in FY12 wegens hogere voorzieningen voor variabele verloning in de meeste Zones en de kosten van geografische uitbreiding in China. Deze werden deels gecompenseerd door strikt kostenbeheer in Noord-Amerika en West-Europa. De administratieve kosten stegen in 4Q12 met 4,7%.
- De **overige bedrijfsopbrengsten** bedroegen 684 miljoen USD in FY12 vergeleken met 694 miljoen USD in FY11, en 227 miljoen USD in 4Q12 vergeleken met 293 miljoen USD in 4Q11.

Eenmalige opbrengsten en kosten boven EBIT

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

	FY11	FY12	4Q11	4Q12
Herstructureringskosten (inclusief bijzondere waardeverminderingen)	-351	-36	-128	-20
Verkoop van activiteiten en activa (inclusief bijzondere waardeverminderingen)	78	58	-5	-4
Acquisitiekosten bedrijfscombinaties	-5	-54	-1	-19
Impact op bedrijfsresultaat	-278	-32	-134	-43

Het genormaliseerde bedrijfsresultaat is exclusief -32 miljoen USD aan eenmalige kosten in FY12 en -43 miljoen USD aan eenmalige kosten in 4Q12.

Netto financiële kosten

Tabel 5. Netto financiële kosten (miljoen USD)

	FY11	FY12	4Q11	4Q12
Netto-interestkosten	-2 333	-1 802	- 496	- 453
Periode toerekeningkosten	- 209	- 270	- 61	- 71
Overige financiële resultaten	- 55	- 116	200	- 227
Netto financiële kosten	-2 597	-2 188	- 357	- 751
Aanpassing aan marktwaarde	- 246	-	-	-
Versnelde periode toerekeningskosten	- 77	-	- 14	-
Overige financiële resultaten	- 217	- 18	- 36	- 9
Eenmalige netto financiële kosten	- 540	- 18	- 50	- 9
	-3 137	-2 206	- 407	- 760

De netto financiële kosten (exclusief eenmalige netto financiële kosten) bedroegen 2 188 miljoen USD in FY12 vergeleken met 2 597 miljoen USD in FY11. De netto financiële kosten bedroegen 751 miljoen USD in 4Q12 tegenover 357 miljoen USD in 4Q11.

PERSBERICHT

Brussel, 27 februari 2013 – 16 / 30



- De daling van de netto-interestkosten is het resultaat van een lagere netto-schuldpositie en de lagere coupon ten gevolge van de schuldhervincing en terugbetalingen die in 2011 plaatsvonden.
- De periodoterekeningskosten ten bedrage van 270 miljoen USD in FY12 en 71 miljoen USD in 4Q12 stegen vooral ten gevolge van de boekhoudkundige verwerking conform IFRS van de verkoopoptie gerelateerd aan onze investering in Cervecería Nacional Dominicana S.A. in de Dominicaanse Republiek met een bijkomende non-cash impact van ongeveer 30 miljoen USD per kwartaal.
- De overige financiële resultaten bedragen - 116 miljoen USD in FY12 tegenover -55 miljoen USD in FY11 aangezien de winsten uit afgeleide contracten verbonden met onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's meer dan teniet gedaan werden voornamelijk door de kosten van de afdekking van vreemde valuta en grondstoffen, en de betaling van bankkosten en belastingen uit de normale bedrijfsuitvoering. De overige financiële resultaten van -227 miljoen USD in 4Q12 verhouden zich tegenover 200 miljoen USD aan opbrengsten in 4Q11, en waren voor het merendeel het gevolg van niet-gerealiseerde non-cash wisselkoersverliezen op intragroepsschulden en -leningen, de kosten van de afdekking van vreemde valuta en grondstoffen, verliezen uit afgeleide contracten die verbonden zijn met onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's, en de betaling van bankkosten en belastingen in de normale bedrijfsuitvoering. Gezien de aard van de intragroepsschulden en -leningen, wordt het wisselkoersverlies gerapporteerd in de resultatenrekening. Deze impact wordt economisch gecompenseerd door omrekeningswinsten op buitenlandse activiteiten die als eigen vermogen gerapporteerd worden. De overige financiële resultaten voor 4Q11 omvatten 200 miljoen USD aan opbrengsten uit afgeleide contracten die verbonden zijn met onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's.

Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen

In FY12 bedroeg het aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen 624 miljoen USD vergeleken met 623 miljoen USD in FY11, vooral ten gevolge van het resultaat van Grupo Modelo. De daling van 161 miljoen USD in 4Q11 naar 127 miljoen USD in 4Q12 was in hoofdzaak het gevolg van de verzwakking van de peso tegenover de US dollar alsook van financiële winsten die in 4Q11 als netto-opbrengsten van Grupo Modelo gerapporteerd werden.

Belastingen

Tabel 6. Belastingen (miljoen USD)

	FY11	FY12	4Q11	4Q12
Belastingen	1 856	1 717	626	501
Effectieve aanslagvoet	20,2%	16,3%	20,8%	17,4%
Genormaliseerd effectieve aanslagvoet	20,7%	16,2%	21,5%	17,5%

In FY12 bedroegen de belastingen 1 717 miljoen USD met een effectieve aanslagvoet van 16,3% vergeleken met 1 856 miljoen USD aan belastingen in FY11 met een effectieve aanslagvoet van 20,2%.

De daling van de effectieve aanslagvoet is vooral het gevolg van een verschuiving binnen de resultatenmix naar landen met een lagere marginale aanslagvoet, bijkomende belastingvoordelen, de niet-belastbare aard van winsten uit bepaalde afgeleide instrumenten verbonden met de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's en gunstige beslissingen inzake bepaalde belastingvorderingen en onzekere belastingposities die in voorgaande jaren opgenomen werden, goed voor een bedrag van 203 miljoen USD.

PERSBERICHT

Brussel, 27 februari 2013 – 17 / 30



In 4Q12 bedroegen de belastingen 501 miljoen USD met een effectieve aanslagvoet van 17,4% tegenover 626 miljoen USD met een effectieve aanslagvoet van 20,8% in 4Q11.

Winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen

De winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen bedroeg 2 191 miljoen USD in FY12, een stijging tegenover 2 104 miljoen USD in FY11, aangezien de sterke bedrijfsresultaten van Ambev gedeeltelijk teniet gedaan werden door wisselkoerseffecten. De winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen voor 4Q12 bedroeg 742 miljoen USD, een stijging tegenover 690 miljoen USD in 4Q11.

Winst FY12 en 4Q12

De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev kende een nominale stijging met 12,9% tot 7 283 miljoen USD in FY12 vergeleken met 6 449 miljoen USD in FY11, maar daalde nominaal met 8,5% tot 1 792 miljoen USD in 4Q12 tegenover 1 959 miljoen USD in 4Q11.

De daling van de genormaliseerde winst in 4Q12 is vooral te wijten aan de overige financiële resultaten ten bedrage van -227 miljoen USD, die vooral het gevolg zijn van niet-gerealiseerde, non-cash wisselkoersverliezen op intragroepsschulden en -leningen, de kosten van de afdekking van vreemde valuta en grondstoffen en verliezen uit afgeleide contracten die verbonden zijn met onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's, terwijl er in 4Q11 sprake was van 200 miljoen USD aan opbrengsten uit afgeleide contracten die verbonden zijn met onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's.

WPA FY12 en 4Q12

Tabel 7. Winst per aandeel (USD)

	FY11	FY12	4Q11	4Q12
Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten)	4,04	4,55	1,23	1,12
Eenmalige opbrengsten en kosten, na belastingen, toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten, per aandeel	-0,11	-0,01	-0,06	-0,01
Eenmalige financiële kosten, na belastingen, toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten, per aandeel	-0,26	-0,01	-0,01	-0,01
Gewone winst per aandeel	3,67	4,53	1,16	1,10

De genormaliseerde winst per aandeel (WPA) steeg met 12,6% tot 4,55 USD in FY12 tegenover 4,04 USD in FY11. In 4Q12 bedroeg de WPA 1,12 USD tegenover 1,23 USD in 4Q11.

PERSBERICHT

Brussel, 27 februari 2013 – 18 / 30



Reconciliatie van genormaliseerde EBITDA en winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten

Tabel 8. Reconciliatie van genormaliseerde EBITDA en winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten (miljoen USD)

	FY11	FY12	4Q11	4Q12
Winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	5 855	7 243	1 850	1 756
Minderheidsbelangen	2 104	2 191	690	742
Winst	7 959	9 434	2 540	2 498
Belastingen	1 856	1 717	626	501
Aandeel in het resultaat van geassocieerde ondernemingen	-623	-624	-161	-127
Eenmalige netto financiële kosten	540	18	50	9
Netto financiële kosten	2 597	2 188	357	751
Eenmalige opbrengsten/(kosten) boven EBIT (inclusief eenmalige bijzondere waardeverminderingen)	278	32	134	43
Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige opbrengsten/(kosten)	12 607	12 765	3 546	3 675
Afschrijvingen en bijzondere waardeverminderingen	2 750	2 747	691	713
Genormaliseerde EBITDA	15 357	15 511	4 237	4 388

De winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev omvat het effect na belastingen van -40 miljoen USD aan eenmalige kosten in FY12 en -35 miljoen USD aan eenmalige kosten in 4Q12. Met deze posten wordt geen rekening gehouden bij de berekening van de genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten.

De genormaliseerde EBITDA en de genormaliseerde EBIT zijn cijfers die door AB InBev gebruikt worden om de onderliggende resultaten 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 AB 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 genormaliseerde EBIT, en de definitie die AB InBev voor genormaliseerde EBITDA en genormaliseerde EBIT hanteert, kan afwijken van de definitie die gebruikt wordt door andere bedrijven.

PERSBERICHT

Brussel, 27 februari 2013 – 19 / 30



FINANCIËLE POSITIE

Tabel 9. Geconsolideerd kasstroomoverzicht (miljoen USD)

	FY11	FY12
Operationele activiteiten		
Winst	7 959	9 434
Interesten, belastingen en niet-kaselementen opgenomen in de winst	7 420	6 294
Bedrijfskastroom vóór wijziging in bedrijfskapitaal en gebruik van voorzieningen	15 379	15 728
Veranderingen in bedrijfskapitaal	1 409	1 099
Pensioenbijdragen en gebruik van voorzieningen	-710	-621
(Betaalde)/ontvangen interesten en belastingen	-3 998	-3 658
Ontvangen dividenden	406	720
Kasstroom uit operationele activiteiten	12 486	13 268
Investeringsactiviteiten		
Netto-investeringsuitgaven	-3 256	-3 089
Verwerving en verkoop van dochterondernemingen, na aftrek van verworven/afgestane liquide middelen	- 25	-1 412
Ontvangsten uit de verkoop/(verwerving) van investeringen in kortetermijn schuldinstrumenten	529	-6 702
Overige	21	-138
Kasstroom uit investeringsactiviteiten	-2 731	-11 341
Financieringsactiviteiten		
Uitgekeerde dividenden	-3 088	-3 632
Netto (terugbetalingen)/opnames van leningen	-4 558	3 649
Netto ontvangsten uit de uitgifte van aandelen	155	102
Overige (inclusief netto financiële kaskosten andere dan interesten)	-1 505	43
Kasstroom uit financieringsactiviteiten	-8 996	162
Netto toename/(afname) van de liquide middelen	759	2 089

Financiële positie

AB InBev realiseerde een stijging van de liquide middelen met 2 089 miljoen USD in FY12 vergeleken met een stijging met 759 miljoen USD in FY11, met de volgende bewegingen:

- De **kasstroom uit operationele activiteiten** groeide in FY12 tot 13 268 miljoen USD tegenover 12 486 miljoen USD in FY11. De stijging is vooral het resultaat van een hogere winst in 2012. De verbetering van het werkkapitaal weerspiegelt in eerste instantie de resultaten van aanhoudende initiatieven op het vlak van handelsschulden. Bovendien stegen deze op het einde van het jaar als gevolg van investeringsuitgaven die gemiddeld langere betalingstermijnen hebben.
- De **netto kasstroom uit investeringsactiviteiten** bedroeg 11 341 miljoen USD in 2012 vergeleken met 2 731 miljoen USD in 2011. In 2012 haalde AB InBev 7,5 miljard USD op met senior obligaties zonder borgstelling en haalde daarnaast 2,25 miljard euro op met obligaties op middellange termijn om de overname van Modelo te ondersteunen. De bijkomende liquiditeit die voortvloeide uit deze obligaties werd vooral geïnvesteerd in schuldinstrumenten op korte termijn en in US Treasury Bills op korte termijn in afwachting van de afronding van de overname van Modelo.

PERSBERICHT

Brussel, 27 februari 2013 – 20 / 30



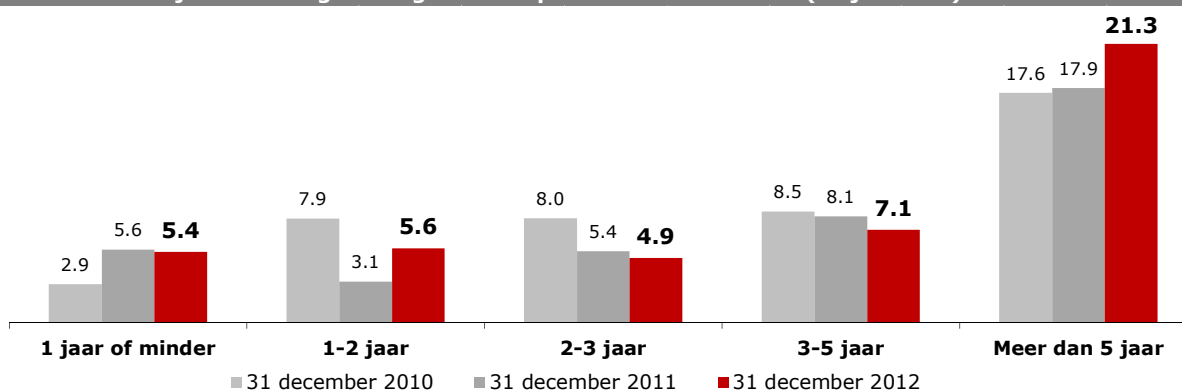
- De **kasstroom** van AB InBevs **financieringsactiviteiten** was een positieve kasstroom van 162 miljoen USD in FY12 vergeleken met een negatieve kasstroom van 8 996 miljoen USD in FY11. In 2012 heeft AB InBev een aantal obligaties en notes uitgegeven waarvan de opbrengsten geïnvesteerd werden in schuldinstrumenten op korte termijn en in US Treasury Bills op korte termijn in afwachting van de afronding van de overname van Modelo.

Op 31 december 2012 bedroeg de nettoschuld 30,1 miljard USD, een daling met 4,6 miljard USD vergeleken met 31 december 2011. De verhouding tussen de nettoschuld en de EBITDA daalde van 2,26 op het einde van 2011 tot 1,87 vóór overname-activiteiten, en tot 1,94 op gerapporteerde basis op datum van 31 december 2012.

AB InBevs liquide middelen en kortetermijninvesteringen in schuldinstrumenten min kortetermijnschulden bij kredietinstellingen bedroegen op 31 december 2012 in totaal 13 878 miljoen USD. Op 31 december 2012 had het bedrijf een totale liquiditeit van 35 143 miljoen USD, bestaande uit 8 000 miljoen USD aan senior kredietfaciliteiten van 2010, 165 miljoen USD aan kredietfaciliteiten op korte termijn, 13 878 miljoen USD aan kasmiddelen, kasequivalenten en kortetermijninvesteringen in schuldinstrumenten min geldkredieten, en 13 100 miljoen USD aan bankfaciliteiten voor de combinatie met Grupo Modelo.

Hoewel het bedrijf dergelijke bedragen kan lenen om aan haar liquiditeitsnoden te voldoen, doet het bedrijf in de eerste plaats een beroep op kasstromen uit operationele activiteiten om de doorlopende activiteiten van het bedrijf te financieren.

Tabel 10. Termijnen en terugbetalingsschema per 31 december 2012 (miljard USD)



De commissaris, PricewaterhouseCoopers Bedrijfsrevisoren bcvba, vertegenwoordigd door Yves Vandenplas, heeft op 27 februari 2013 een verklaring zonder voorbehoud en zonder toelichtende paragraaf uitgebracht over de geconsolideerde jaarrekening over het boekjaar eindigend op 31 december 2012 en heeft bevestigd dat alle boekhoudkundige informatie opgenomen in dit persbericht in de tabellen 3 tot 10 zonder materiële afwijkingen overeenstemt met de geconsolideerde jaarrekening op basis waarvan die is opgemaakt.

RECENTE GEBEURTENISSEN

Grupo Modelo

Op 29 juni 2012 maakten AB InBev en Grupo Modelo, S.A.B. de C.V. bekend dat ze een overeenkomst gesloten hadden waarbij AB InBev de aandelen van Grupo Modelo verwerft die ze nog niet in haar bezit heeft tegen een prijs van 9,15 USD per aandeel in cash via een transactie waarvan de waarde geschat wordt op 20,1 miljard USD. De combinatie zal voltooid worden in een aantal stappen waarbij de bedrijfsstructuur van Grupo Modelo vereenvoudigd wordt en AB InBev vervolgens een bod volledig in cash zal doen voor alle uitstaande aandelen van Grupo Modelo die ze op dat moment nog niet in haar bezit heeft. In een verwante transactie, aangekondigd op 29 juni 2012, zal Grupo Modelo haar huidige belang van 50% in Crown Imports, de joint venture die de merken van Grupo Modelo in de Verenigde Staten importeert en op de markt brengt, verkopen aan Constellation Brands voor een bedrag van 1,85 miljard USD, waarbij Constellation Brands de volledige eigendom en controle verwerft.

De transacties zijn onderworpen aan goedkeuring door de regelgevende instanties van de Verenigde Staten, Mexico en andere landen, en aan andere gebruikelijke afsluitvoorwaarden. Op 20 juli 2012 belegde Grupo Modelo een aandeelhoudersvergadering waar een meerderheid van de aandeelhouders hun fiat gaf voor aanpassingen aan de statuten van Grupo Modelo alsook voor andere vereiste maatregelen in verband met de overeenkomst op basis waarvan AB InBev het resterende belang in Grupo Modelo zal verwerven.

Op 31 januari 2013 heeft AB InBev meegedeeld dat het Ministerie van Justitie van de Verenigde Staten (DOJ) een klacht heeft ingediend in een poging om de voorgestelde combinatie tussen AB InBev en Grupo Modelo tegen te houden.

Op 14 februari 2013 hebben AB InBev en Constellation Brands, Inc. een aangepaste overeenkomst bekend gemaakt die van Crown Imports de op twee na grootste producent en verdeler van bier in de VS maakt via de volledige verkoop van de Amerikaanse activiteiten van Grupo Modelo. Door deze transactie verkrijgt Constellation de volledige eigendom over de entiteit Crown, krijgt het bedrijf de beschikking over onafhankelijke brouwerijactiviteiten, beheert het de winststroom van de verkoop van de totaliteit van de producten van Modelo in de VS, en verwerft het permanente rechten op de merken van Grupo Modelo die door Crown in de VS verdeeld worden. Binnen het kader van AB InBevs verwerving van het belang van 50% van Grupo Modelo dat het bedrijf nog niet bezit, is AB InBev overeengekomen om Compañía Cervecería de Coahuila, de hypermoderne brouwerij van Grupo Modelo in Piedras Negras (Mexico), te verkopen en een altijddurende merklicentie toe te kennen aan Constellation voor een bedrag van 2,9 miljard USD, onder voorbehoud van aanpassing na het afsluiten van de overeenkomst. Deze prijs is gebaseerd op een geschatte EBITDA voor 2012 van 310 miljoen USD komende van de productie van en de verstrekking van licenties voor de merken van Modelo die verkocht worden door de joint venture Crown, vermenigvuldigd met een geïmpliceerde factor van ongeveer 9. Dankzij de verkoop van de brouwerij, die zich nabij de grens met Texas bevindt, zal een onafhankelijke bevoorrading voor Crown verzekerd zijn en zal Constellation de volledige controle verwerven over de productie van de merken van Modelo die in Mexico geproduceerd worden en in de VS door Crown verdeeld worden. AB InBev en Constellation Brands hebben een overgangsovereenkomst van drie jaar getekend met betrekking tot het leveren van diensten om een vlotte overdracht te garanderen van de activiteiten van de brouwerij te Piedras Negras, die volledig autonoom werkend is, van de laatste technologie gebruik maakt en gebouwd werd met het oog op een snelle uitbreiding om zo de productiecapaciteit te verhogen.

Op 20 februari 2013 heeft AB InBev bekendgemaakt dat AB InBev, Grupo Modelo, Constellation Brands en Crown Imports in gesprek waren met het DOJ in de zaak betreffende de aanvechting door het DOJ van de door AB InBev voorgestelde combinatie met Grupo Modelo. In het kader

PERSBERICHT

Brussel, 27 februari 2013 – 22 / 30



van deze gesprekken hebben de betrokken partijen en het DOJ samen de rechtbank verzocht om de procedures in deze zaak op te schorten tot 19 maart 2013, en op 22 februari 2013 keurde de rechtbank dit verzoek tot opschorting goed. Er kan geen zekerheid geboden worden omtrent de succesvolle uitkomst van de gesprekken en de transacties blijven onderworpen aan goedkeuring door de regelgevende instanties van de Verenigde Staten en Mexico en aan andere gebruikelijke afsluitvoorwaarden.

Uitgifte van obligaties in US dollar

Op 14 januari 2013 heeft Anheuser-Busch InBev Finance Inc., een dochteronderneming van AB InBev, bekendgemaakt dat ze de prijsbepaling voltooid heeft van obligaties met een totaal hoofdbedrag van 4 miljard USD, bestaande uit een totaal hoofdbedrag van 1 miljard USD aan vastrentende obligaties met vervaldag in 2016, een totaal hoofdbedrag van 1 miljard USD aan vastrentende obligaties met vervaldag in 2018, een totaal hoofdbedrag van 1,25 miljard USD aan vastrentende obligaties met vervaldag in 2023 en een totaal hoofdbedrag van 750 miljoen USD aan vastrentende obligaties met vervaldag in 2043. De obligaties zullen interest opbrengen tegen een jaarlijkse rentevoet van 0,800% voor de 2016 obligaties, 1,250% voor de 2018 obligaties, 2,625% voor de 2030 obligaties en 4,000% voor de 2043 obligaties. De obligaties zullen vervallen op 15 januari 2016 in het geval van de 2016 obligaties, op 17 januari 2018 in het geval van de 2018 obligaties, op 17 januari 2023 in het geval van de 2023 obligaties en op 17 januari 2043 in het geval van de 2043 obligaties. De uitgifte werd beëindigd op 17 januari 2013.

Uitgifte van obligaties in Canadese dollar

Op 17 januari 2013 heeft Anheuser-Busch InBev Finance Inc., een dochteronderneming van AB InBev, bekendgemaakt dat ze de financiële voorwaarden heeft vastgelegd van een private plaatsing van obligaties met een totaal hoofdbedrag van 1,2 miljard CAD, bestaande uit een totaal hoofdbedrag van 600 miljoen CAD aan obligaties met een vaste jaarlijkse rentevoet van 2,375% en vervaldag op 25 januari 2018 en een totaal hoofdbedrag van 600 miljoen CAD aan obligaties met een vaste jaarlijkse rentevoet van 3,375% en vervaldag op 25 januari 2023. De obligaties werden enkel aan geaccrediteerde beleggers met woonplaats in een Canadese provincie aangeboden door middel van een Offering Memorandum van 17 januari 2013. De uitgifte werd beëindigd op 25 januari 2013.

PERSBERICHT

Brussel, 27 februari 2013 – 23 / 30



BIJLAGEN

- Bijlage 1: Segmentinformatie volledig jaar 2012 (FY12)
- Bijlage 2: Segmentinformatie vierde kwartaal 2012 (4Q12)
- Bijlage 3: Referentiebasis volledig jaar 2012

TELEFONISCHE CONFERENTIE EN WEBCAST

Telefonische conferentie en webcast voor investeerders op woensdag 27 februari om

14u00 Brussel / 13u00 Londen / 8u00 New York

Registratiegegevens

Webcast (enkel luisteren)

<http://event.on24.com/r.htm?e=561408&s=1&k=BE67D9BFC1ADDE23BD2F7DD4C9687F71>

Telefonische conferentie (met interactieve V&A)

<http://www.directeventreg.com/registration/event/85671676>

Disclaimer:

Dit bericht bevat bepaalde toekomstgerichte verklaringen die de huidige vooruitzichten van het management van Anheuser-Busch InBev weerspiegelen met betrekking tot, onder andere, AB InBevs strategische doelstellingen. Deze verklaringen houden risico's en onzekerheden in. De mogelijkheid van Anheuser-Busch InBev om deze doelstellingen te bereiken hangt af van vele factoren, waarvan sommige buiten de controle van het management liggen. Van nature houden toekomstgerichte verklaringen risico's en onzekerheden in, omdat zij Anheuser-Busch InBevs huidige verwachtingen en veronderstellingen met betrekking tot toekomstige gebeurtenissen en omstandigheden weerspiegelen, die achteraf onjuist kunnen blijken. De daadwerkelijke resultaten kunnen om verscheidene redenen in belangrijke mate verschillen van deze vooropgesteld in de toekomstgerichte verklaringen, onder andere de risico's die beschreven worden onder Item 3.D van Anheuser-Busch InBevs jaarverslag op formulier 20-F ingediend bij de US Securities and Exchange Commission op 13 april 2012. Anheuser-Busch InBev kan u niet waarborgen dat de toekomstige resultaten, activiteitsniveaus, prestaties of verwezenlijkingen van Anheuser-Busch InBev aan de verwachtingen weergegeven in de toekomstgerichte verklaringen zullen voldoen. Anheuser-Busch InBev wijst elke verplichting om deze verklaringen na publicatie van dit persbericht bij te werken van de hand.

Over Anheuser-Busch InBev

Anheuser-Busch InBev is een beursgenoteerd bedrijf (Euronext: ABI) met hoofdzetel in Leuven, België, met American Depositary Receipts op de New York Stock Exchange (NYSE: BUD). Het bedrijf is de wereldwijde leidinggevende brouwer en behoort tot 's werelds top vijf van bedrijven actief in consumptiegoederen. Bier, het oorspronkelijke sociale netwerk, brengt reeds sedert duizenden jaren mensen samen en ons portfolio van meer dan 200 biermerken blijft sterke banden smeden met consumenten. We investeren het merendeel van onze middelen voor merkopbouw in onze belangrijkste merken, de merken met het grootste groeipotentieel, waaronder de wereldwijde merken Budweiser®, Stella Artois® en Beck's® en de merken Leffe®, Hoegaarden®, Bud Light®, Skol®, Brahma®, Antarctica®, Quilmes®, Michelob Ultra®, Harbin®, Sedrin®, Klinskoye®, Sibirskaia Korona®, Chernigivske®, Hasseröder® 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 InBevs toewijding aan erfgoed en kwaliteit gaat terug naar brouwtradities die dateren van 1366 en de brouwerij Den Hoorn in Leuven, België, en naar de pioniersgeest van de Anheuser & Co brouwerij, met wortels in St. Louis in de Verenigde Staten, sinds 1852. AB InBev is geografisch gediversifieerd met een evenwichtige blootstelling aan ontwikkelde markten en groeiende markten en benut de collectieve sterkte van haar ca. 118 000 medewerkers, die in vestigingen in 23 landen wereldwijd tewerk gesteld worden. In 2012 realiseerde AB InBev 39,8 miljard USD aan opbrengsten. Het doel van de onderneming is het *Beste Bierbedrijf in een Betere Wereld* te zijn. Bezoek voor meer informatie onze website: www.ab-inbev.com.

PERSBERICHT

Brussel, 27 februari 2013 – 24 / 30



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

Laura Vallis

Tel: +1-212-573-9283

E-mail: laura.vallis@ab-inbev.com

Investeerdere

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

Christina Caspersen

Tel: +1-212-573-4376

E-mail: christina.caspersen@ab-inbev.com

PERSBERICHT

Brussel, 27 februari 2013 – 25 / 30



Bijlage 1						
AB InBev Wereldwijd	FY11	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	FY12	Interne groei
Volumes (duizend hls)	399 365	2 128	-	1 138	402 631	0,3%
waarvan AB InBev eigen bieren	349 818	2 734	-	370	352 921	0,1%
Opbrengsten	39 046	312	-2 421	2 821	39 758	7,2%
Kostprijs verkochte goederen	-16 634	302	762	-877	-16 447	-5,4%
Brutowinst	22 412	614	-1 659	1 944	23 311	8,5%
Distributiekosten	-3 313	-423	279	-329	-3 785	-8,9%
Verkoop- en marketingkosten	-5 143	-50	286	-352	-5 258	-6,8%
Administratieve kosten	-2 043	-41	151	-254	-2 187	-12,4%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	694	4	-73	58	684	8,3%
Genormaliseerde EBIT	12 607	105	-1 015	1 068	12 765	8,5%
Genormaliseerde EBITDA	15 357	144	-1 176	1 186	15 511	7,7%
Genormaliseerde EBITDA-marge	39,3%				39,0%	18 bp
Noord-Amerika	FY11	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	FY12	Interne groei
Volumes (duizend hls)	124 899	-547	-	787	125 139	0,6%
Opbrengsten	15 304	-19	-40	783	16 028	5,1%
Kostprijs verkochte goederen	-6 726	417	9	-336	-6 637	-5,3%
Brutowinst	8 578	397	-31	447	9 391	5,0%
Distributiekosten	-807	-396	7	-121	-1 317	-10,1%
Verkoop- en marketingkosten	-1 640	-3	5	-160	-1 798	-9,7%
Administratieve kosten	-475	-1	1	16	-458	3,4%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	54	-1	-	11	64	21,5%
Genormaliseerde EBIT	5 710	-4	-18	194	5 881	3,4%
Genormaliseerde EBITDA	6 573	-4	-19	156	6 706	2,4%
Genormaliseerde EBITDA-marge	42,9%				41,8%	-113 bp
Latijns-Amerika Noord	FY11	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	FY12	Interne groei
Volumes (duizend hls)	120 340	2 312	-	3 535	126 187	3,0%
Opbrengsten	11 524	347	-1 860	1 444	11 455	12,6%
Kostprijs verkochte goederen	-3 738	-129	567	-350	-3 650	-9,4%
Brutowinst	7 786	218	-1 293	1 094	7 805	14,1%
Distributiekosten	-1 332	-25	210	-164	-1 311	-12,4%
Verkoop- en marketingkosten	-1 263	-44	194	-132	-1 245	-10,4%
Administratieve kosten	-535	-38	91	-119	-600	-22,0%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	462	3	-73	34	426	7,3%
Genormaliseerde EBIT	5 118	114	-872	714	5 074	14,0%
Genormaliseerde EBITDA	5 814	149	-985	822	5 801	14,2%
Genormaliseerde EBITDA-marge	50,5%				50,6%	72 bp
Latijns-Amerika Zuid	FY11	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	FY12	Interne groei
Volumes (duizend hls)	34 565	-	-	-273	34 292	-0,8%
Opbrengsten	2 704	-	-218	537	3 023	19,9%
Kostprijs verkochte goederen	-1 040	-	84	-159	-1 114	-15,3%
Brutowinst	1 664	-	-134	378	1 908	22,7%
Distributiekosten	-227	-	22	-57	-263	-25,3%
Verkoop- en marketingkosten	-272	-	22	-46	-296	-16,8%
Administratieve kosten	-85	-	6	-13	-93	-15,1%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	1	-	-	3	4	228,2%
Genormaliseerde EBIT	1 081	-	-85	265	1 261	24,5%
Genormaliseerde EBITDA	1 254	-	-97	274	1 432	21,9%
Genormaliseerde EBITDA-marge	46,4%				47,4%	78 bp

PERSBERICHT

Brussel, 27 februari 2013 – 26 / 30



Bijlage 1						
West-Europa	FY11	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	FY12	Interne groei
Volumes (duizend hls)	30 887	-65	-	-1 291	29 531	-4,2%
waarvan AB InBev eigen bieren	28 859	-65	-	-1 010	27 784	-3,5%
Opbrengsten	3 945	-7	-257	-56	3 625	-1,4%
Kostprijs verkochte goederen	-1 652	3	101	-1	-1 550	-0,1%
Brutowinst	2 293	-4	-157	-57	2 075	-2,5%
Distributiekosten	-409	1	27	17	-364	4,1%
Verkoop- en marketingkosten	-760	-	47	63	-649	8,3%
Administratieve kosten	-305	-	24	15	-267	4,9%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	37	-	-	-13	24	-35,3%
Genormaliseerde EBIT	856	-3	-59	25	819	2,9%
Genormaliseerde EBITDA	1 225	-3	-84	17	1 155	1,4%
Genormaliseerde EBITDA-marge	31,0%				31,9%	89 bp
Centraal- en Oost-Europa	FY11	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	FY12	Interne groei
Volumes (duizend hls)	25 690	-	-	-2 904	22 785	-11,3%
Opbrengsten	1 755	-	-90	2	1 668	0,1%
Kostprijs verkochte goederen	-984	-	46	25	-914	2,5%
Brutowinst	771	-	-44	27	754	3,5%
Distributiekosten	-224	-	11	29	-184	12,9%
Verkoop- en marketingkosten	-420	-	24	-4	-400	-0,9%
Administratieve kosten	-108	-	7	-13	-113	-11,6%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	2	-	-	3	5	-
Genormaliseerde EBIT	21	-	-2	42	62	-
Genormaliseerde EBITDA	225	-	-11	43	257	19,0%
Genormaliseerde EBITDA-marge	12,8%				15,4%	241 bp
Azië	FY11	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	FY12	Interne groei
Volumes (duizend hls)	55 980	645	-	1 042	57 667	1,9%
Opbrengsten	2 317	19	61	294	2 690	12,7%
Kostprijs verkochte goederen	-1 319	-15	-34	-197	-1 565	-15,0%
Brutowinst	998	3	27	97	1 125	9,7%
Distributiekosten	-193	-3	-5	-34	-235	-17,5%
Verkoop- en marketingkosten	-588	-3	-16	-63	-670	-10,7%
Administratieve kosten	-221	-2	-6	-46	-274	-20,7%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	90	1	3	28	121	30,6%
Genormaliseerde EBIT	86	-4	3	-18	67	-21,0%
Genormaliseerde EBITDA	356	-	10	29	396	8,2%
Genormaliseerde EBITDA-marge	15,4%				14,7%	-62 bp
Globale Export en Holdingmaatschappijen	FY11	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	FY12	Interne groei
Volumes (duizend hls)	7 004	-217	-	243	7 030	3,6%
Opbrengsten	1 496	-28	-15	-184	1 270	-12,5%
Kostprijs verkochte goederen	-1 174	27	-12	142	-1 018	12,3%
Brutowinst	322	-1	-26	-42	252	-13,1%
Distributiekosten	-120	-	7	2	-111	1,6%
Verkoop- en marketingkosten	-200	1	10	-11	-200	-5,4%
Administratieve kosten	-314	-	28	-95	-382	-30,4%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	48	1	-1	-8	40	-15,7%
Genormaliseerde EBIT	-264	1	17	-154	-400	-58,4%
Genormaliseerde EBITDA	-90	1	10	-155	-234	-

PERSBERICHT

Brussel, 27 februari 2013 – 27 / 30



Bijlage 2						
AB InBev Wereldwijd	4Q11	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	4Q12	Interne groei
Volumes (duizend hls)	99 467	715	-	-84	100 098	-0,1%
waarvan AB InBev eigen bieren	85 299	746	-	-219	85 826	-0,3%
Opbrengsten	9 873	137	-591	868	10 287	8,8%
Kostprijs verkochte goederen	-4 013	68	167	-328	-4 106	-8,4%
Brutowinst	5 860	205	-425	541	6 181	9,1%
Distributiekosten	-838	-110	56	-40	-932	-4,3%
Verkoop- en marketingkosten	-1 215	-24	48	-48	-1 239	-4,0%
Administratieve kosten	-554	-10	28	-26	-562	-4,7%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	293	2	-21	-47	227	-15,8%
Genormaliseerde EBIT	3 546	63	-314	379	3 675	10,7%
Genormaliseerde EBITDA	4 237	75	-344	420	4 388	9,9%
Genormaliseerde EBITDA-marge	42,9%				42,7%	44 bp

Noord-Amerika	4Q11	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	4Q12	Interne groei
Volumes (duizend hls)	28 005	37	-	622	28 664	2,2%
Opbrengsten	3 513	8	13	225	3 759	6,4%
Kostprijs verkochte goederen	-1 548	95	-3	-126	-1 581	-8,7%
Brutowinst	1 965	103	10	99	2 178	4,8%
Distributiekosten	-201	-99	-2	-5	-309	-1,8%
Verkoop- en marketingkosten	-384	-1	-2	-41	-428	-10,7%
Administratieve kosten	-90	-	-	-11	-101	-12,4%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	17	-1	-	1	17	7,2%
Genormaliseerde EBIT	1 307	2	6	43	1 357	3,3%
Genormaliseerde EBITDA	1 522	2	6	42	1 572	2,7%
Genormaliseerde EBITDA-marge	43,3%				41,8%	-150 bp

Latijns-Amerika Noord	4Q11	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	4Q12	Interne groei
Volumes (duizend hls)	35 130	767	-	1 206	37 103	3,5%
Opbrengsten	3 330	138	-504	470	3 435	14,2%
Kostprijs verkochte goederen	-976	-35	141	-145	-1 016	-15,0%
Brutowinst	2 354	103	-363	325	2 419	13,9%
Distributiekosten	-355	-10	48	-21	-339	-6,1%
Verkoop- en marketingkosten	-285	-23	39	-28	-296	-10,0%
Administratieve kosten	-158	-10	16	25	-127	15,9%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	175	2	-21	-19	136	-10,8%
Genormaliseerde EBIT	1 731	61	-282	282	1 792	16,3%
Genormaliseerde EBITDA	1 903	73	-306	303	1 973	15,9%
Genormaliseerde EBITDA-marge	57,2%				57,5%	87 bp

Latijns-Amerika Zuid	4Q11	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	4Q12	Interne groei
Volumes (duizend hls)	10 748	-	-	-342	10 407	-3,2%
Opbrengsten	889	-	-79	182	992	20,5%
Kostprijs verkochte goederen	-318	-	27	-35	-326	-10,9%
Brutowinst	571	-	-52	148	666	25,9%
Distributiekosten	-72	-	8	-17	-81	-23,3%
Verkoop- en marketingkosten	-68	-	6	-12	-74	-17,7%
Administratieve kosten	-28	-	2	2	-24	6,7%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	7	-	-1	-	6	-
Genormaliseerde EBIT	410	-	-37	120	493	29,4%
Genormaliseerde EBITDA	455	-	-41	127	541	28,0%
Genormaliseerde EBITDA-marge	51,2%				54,5%	317 bp

PERSBERICHT

Brussel, 27 februari 2013 – 28 / 30



Bijlage 2						
West-Europa	4Q11	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	4Q12	Interne groei
Volumes (duizend hls)	7 585	-	-	-290	7 295	-3,8%
waarvan AB InBev eigen bieren	7 146	-	-	-268	6 878	-3,8%
Opbrengsten	924	-	-28	11	907	1,2%
Kostprijs verkochte goederen	-374	-	10	-25	-389	-6,6%
Brutowinst	550	-	-18	-14	518	-2,5%
Distributiekosten	-93	-	3	6	-84	6,6%
Verkoop- en marketingkosten	-170	-	5	16	-149	9,3%
Administratieve kosten	-84	-	3	12	-69	14,6%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	18	-	-	-7	11	-39,6%
Genormaliseerde EBIT	221	-	-8	13	226	5,9%
Genormaliseerde EBITDA	309	-	-11	13	311	4,2%
Genormaliseerde EBITDA-marge	33,4%				34,3%	102 bp
Centraal- en Oost-Europa	4Q11	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	4Q12	Interne groei
Volumes (duizend hls)	5 485	-	-	-542	4 943	-9,9%
Opbrengsten	384	-	-	-10	375	-2,5%
Kostprijs verkochte goederen	-216	-	-	5	-211	2,4%
Brutowinst	168	-	-	-4	164	-2,6%
Distributiekosten	-43	-	-	4	-39	9,9%
Verkoop- en marketingkosten	-101	-	1	-4	-105	-4,2%
Administratieve kosten	-37	-	-	-	-37	-0,5%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	2	-	-	-2	-	-95,3%
Genormaliseerde EBIT	-11	-	1	-7	-17	-60,2%
Genormaliseerde EBITDA	42	-	1	-11	32	-26,3%
Genormaliseerde EBITDA-marge	11,0%				8,6%	-269 bp
Azië	4Q11	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	4Q12	Interne groei
Volumes (duizend hls)	10 714	-	-	-852	9 862	-8,0%
Opbrengsten	493	-	9	23	525	4,7%
Kostprijs verkochte goederen	-301	-	-6	-40	-347	-13,3%
Brutowinst	192	-	3	-17	178	-8,9%
Distributiekosten	-50	-	-1	-	-51	-0,2%
Verkoop- en marketingkosten	-146	-	-2	9	-140	6,3%
Administratieve kosten	-63	-	-2	-22	-86	-34,5%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	58	-	1	-10	49	-17,6%
Genormaliseerde EBIT	-9	-	-1	-40	-50	-437,3%
Genormaliseerde EBITDA	65	-	1	-21	44	-32,5%
Genormaliseerde EBITDA-marge	13,2%				8,5%	-468 bp
Globale Export en Holdingmaatschappijen	4Q11	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	4Q12	Interne groei
Volumes (duizend hls)	1 800	-89	-	113	1 824	6,6%
Opbrengsten	340	-9	-2	-34	295	-10,3%
Kostprijs verkochte goederen	-280	8	-3	38	-237	13,8%
Brutowinst	60	-1	-5	3	58	5,9%
Distributiekosten	-23	-	1	-7	-29	-31,1%
Verkoop- en marketingkosten	-61	-	2	12	-47	20,3%
Administratieve kosten	-94	-	9	-33	-117	-34,6%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	16	1	-	-9	8	-52,2%
Genormaliseerde EBIT	-102	-	8	-33	-127	-31,8%
Genormaliseerde EBITDA	-60	-	6	-32	-85	-

PERSBERICHT

Brussel, 27 februari 2013 – 29 / 30



Bijlage 3					
AB InBev Wereldwijd	1Q 2012	2Q 2012	3Q 2012	4Q 2012	2012
	Referentie	Referentie	Referentie	Referentie	Referentie
	Basis	Basis	Basis	Basis	Basis
Volumes (duizend hls)	93 178	101 678	107 677	100 098	402 631
Opbrengsten	9 332	9 871	10 268	10 287	39 758
Kostprijs verkochte goederen	-3 849	-4 203	-4 270	-4 101	-16 422
Brutowinst	5 483	5 668	5 998	6 187	23 336
Distributiekosten	-941	-966	-947	-933	-3 787
Verkoop- en marketingkosten	-1 265	-1 416	-1 335	-1 238	-5 254
Administratieve kosten	-512	-522	-600	-565	-2 199
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	125	145	186	227	684
Genormaliseerde EBIT	2 890	2 909	3 302	3 679	12 779
Genormaliseerde EBITDA	3 555	3 598	3 981	4 392	15 525
Genormaliseerde EBITDA-marge	38,1%	36,4%	38,8%	42,7%	39,0%

Noord-Amerika	1Q 2012	2Q 2012	3Q 2012	4Q 2012	2012
	Referentie	Referentie	Referentie	Referentie	Referentie
	Basis	Basis	Basis	Basis	Basis
Volumes (duizend hls)	29 778	32 898	33 799	28 664	125 139
Opbrengsten	3 731	4 222	4 315	3 759	16 028
Kostprijs verkochte goederen	-1 533	-1 733	-1 774	-1 576	-6 615
Brutowinst	2 198	2 489	2 541	2 183	9 412
Distributiekosten	-316	-348	-346	-309	-1 319
Verkoop- en marketingkosten	-422	-473	-472	-427	-1 794
Administratieve kosten	-120	-116	-117	-100	-452
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	11	17	18	17	64
Genormaliseerde EBIT	1 352	1 570	1 624	1 365	5 911
Genormaliseerde EBITDA	1 552	1 776	1 828	1 579	6 735
Genormaliseerde EBITDA-marge	41,6%	42,1%	42,4%	42,0%	42,0%

Latijns-Amerika Noord	1Q 2012	2Q 2012	3Q 2012	4Q 2012	2012
	Referentie	Referentie	Referentie	Referentie	Referentie
	Basis	Basis	Basis	Basis	Basis
Volumes (duizend hls)	29 411	27 135	29 674	36 163	122 382
Opbrengsten	2 808	2 392	2 680	3 388	11 268
Kostprijs verkochte goederen	-880	-798	-863	-979	-3 519
Brutowinst	1 928	1 594	1 817	2 410	7 748
Distributiekosten	-347	-306	-291	-333	-1 277
Verkoop- en marketingkosten	-317	-315	-285	-288	-1 204
Administratieve kosten	-134	-139	-211	-128	-612
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	84	88	118	136	426
Genormaliseerde EBIT	1 214	922	1 148	1 797	5 081
Genormaliseerde EBITDA	1 383	1 103	1 329	1 972	5 787
Genormaliseerde EBITDA-marge	49,3%	46,1%	49,6%	58,2%	51,4%

Latijns-Amerika Zuid	1Q 2012	2Q 2012	3Q 2012	4Q 2012	2012
	Referentie	Referentie	Referentie	Referentie	Referentie
	Basis	Basis	Basis	Basis	Basis
Volumes (duizend hls)	10 945	7 611	8 192	11 348	38 097
Opbrengsten	871	606	694	1 039	3 209
Kostprijs verkochte goederen	-330	-271	-280	-363	-1 244
Brutowinst	541	335	413	676	1 966
Distributiekosten	-79	-61	-70	-87	-296
Verkoop- en marketingkosten	-87	-82	-85	-83	-336
Administratieve kosten	-25	-25	-29	-30	-108
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	-5	-3	5	6	4
Genormaliseerde EBIT	346	165	235	483	1 228
Genormaliseerde EBITDA	392	212	278	536	1 419
Genormaliseerde EBITDA-marge	45,0%	35,0%	40,1%	51,6%	44,2%

PERSBERICHT

Brussel, 27 februari 2013 – 30 / 30



Bijlage 3					
West-Europa	1Q 2012	2Q 2012	3Q 2012	4Q 2012	2012
	Referentie	Referentie	Referentie	Referentie	Referentie
	Basis	Basis	Basis	Basis	Basis
Volumes (duizend hls)	6 198	8 175	7 863	7 295	29 531
Opbrengsten	757	1 006	955	907	3 625
Kostprijs verkochte goederen	-338	-422	-401	-389	-1 550
Brutowinst	419	585	554	518	2 075
Distributiekosten	-87	-101	-92	-84	-364
Verkoop- en marketingkosten	-156	-182	-163	-149	-650
Administratieve kosten	-69	-58	-63	-67	-257
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	3	4	7	11	24
Genormaliseerde EBIT	110	248	242	228	828
Genormaliseerde EBITDA	194	333	323	313	1 163
Genormaliseerde EBITDA-marge	25,6%	33,1%	33,9%	34,5%	32,1%
Centraal- en Oost-Europa	1Q 2012	2Q 2012	3Q 2012	4Q 2012	2012
	Referentie	Referentie	Referentie	Referentie	Referentie
	Basis	Basis	Basis	Basis	Basis
Volumes (duizend hls)	4 322	6 973	6 547	4 943	22 785
Opbrengsten	305	521	467	375	1 668
Kostprijs verkochte goederen	-181	-274	-248	-211	-914
Brutowinst	124	247	219	164	754
Distributiekosten	-41	-58	-47	-39	-184
Verkoop- en marketingkosten	-87	-121	-87	-105	-400
Administratieve kosten	-27	-24	-26	-37	-113
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	-2	4	3	0	5
Genormaliseerde EBIT	-33	48	63	-17	62
Genormaliseerde EBITDA	16	99	110	32	257
Genormaliseerde EBITDA-marge	5,1%	18,9%	23,6%	8,6%	15,4%
Azië	1Q 2012	2Q 2012	3Q 2012	4Q 2012	2012
	Referentie	Referentie	Referentie	Referentie	Referentie
	Basis	Basis	Basis	Basis	Basis
Volumes (duizend hls)	10 914	17 113	19 779	9 862	57 667
Opbrengsten	538	768	859	525	2 690
Kostprijs verkochte goederen	-326	-423	-468	-347	-1 565
Brutowinst	212	345	391	178	1 125
Distributiekosten	-45	-65	-73	-51	-235
Verkoop- en marketingkosten	-139	-198	-194	-140	-670
Administratieve kosten	-57	-65	-67	-86	-274
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	25	22	25	49	121
Genormaliseerde EBIT	-4	38	83	-50	67
Genormaliseerde EBITDA	71	117	164	44	396
Genormaliseerde EBITDA-marge	13,1%	15,2%	19,0%	8,5%	14,7%
Globale Export en Holdingmaatschappijen	1Q 2012	2Q 2012	3Q 2012	4Q 2012	2012
	Referentie	Referentie	Referentie	Referentie	Referentie
	Basis	Basis	Basis	Basis	Basis
Volumes (duizend hls)	1 611	1 773	1 823	1 824	7 030
Opbrengsten	322	355	298	295	1 270
Kostprijs verkochte goederen	-260	-282	-236	-236	-1 015
Brutowinst	62	73	62	58	255
Distributiekosten	-27	-28	-28	-29	-111
Verkoop- en marketingkosten	-57	-46	-50	-47	-200
Administratieve kosten	-81	-96	-87	-117	-382
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	9	12	11	8	40
Genormaliseerde EBIT	-95	-84	-92	-127	-398
Genormaliseerde EBITDA	-53	-42	-52	-85	-231