

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 27 février 2013 – 1 / 30



L'information ci-jointe constitue une information réglementée au sens de l'Arrêté Royal belge 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 2012

FAITS MARQUANTS

Sauf indication contraire, les analyses ci-dessous sont basées sur des chiffres internes et se rapportent à l'EX12 et au 4T12 sur la base d'une comparaison avec la même période de l'année dernière. Pour consulter les mentions légales importantes, veuillez vous référer à la page 3.

- **Croissance des produits :** Les produits ont augmenté de 7,2% durant l'EX12 et de 8,8% au 4T12, avec une croissance des produits par hl de 7,7% au cours de l'EX12 et de 8,8% au 4T12 sur une base géographique constante, grâce à un portefeuille de marques favorable et aux meilleures pratiques de gestion de revenus.
- **Performance des volumes:** Au cours de l'EX12, les volumes totaux ont augmenté de 0,3 %, les volumes de nos propres bières affichant une hausse de 0,1 % et les volumes non-bières, une hausse de 2,2 %. Au 4T12, les volumes totaux ont reculé de 0,1 %, les volumes de nos propres bières affichant une baisse de 0,3 % et les volumes non-bières, une hausse de 0,8 %.
- **Marques prioritaires :** Les volumes de nos marques prioritaires ont progressé de 1,5% durant l'EX12, nos trois marques mondiales Budweiser, Stella Artois et Beck's affichant une hausse de 4,1 %. Au 4T12, nos marques prioritaires ont enregistré une hausse de 0,4 %.
- **Coûts des Ventes (CdV) :** Les CdV ont enregistré une hausse de 5,4 % au cours de l'EX12 et de 8,4 % au 4T12. Sur une base géographique constante, les CdV par hl ont augmenté de 7,2 % au cours de l'EX12 et de 10,0 % au 4T12.
- **EBITDA:** L'EBITDA a augmenté de 7,7 % durant l'EX12 pour atteindre 15 511 millions d'USD, et la marge a gagné 18 points de base pour atteindre 39 %. Au 4T12, l'EBITDA a augmenté de 9,9 % à 4 388 millions d'USD, avec un accroissement de la marge de 44 points de base.
- **Coûts financiers nets:** Les coûts financiers nets (hors coûts financiers nets non-récurrents) ont totalisé 2 188 millions d'USD durant l'EX12, soit une baisse de 15,7% par rapport à l'EX11. Les coûts financiers nets de 751 millions d'USD au 4T12 comprennent d'autres résultats financiers de -227 millions d'USD provenant des pertes non matérialisées sur les opérations de change de dettes et emprunts inter-sociétés, des frais de couverture de change et de matières premières, et des pertes provenant de contrats dérivés liés à nos programmes de paiement fondés sur des actions .
- **Impôt sur le résultat :** L'impôt sur le résultat de l'EX12 s'élevait à 1 717 millions d'USD, avec un taux d'imposition effectif de 16,3 %, alors qu'il s'élevait à 1 856 millions d'USD pour l'EX11, avec un taux d'imposition effectif de 20,2 %.
- **Bénéfice :** Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs de capitaux propres d'AB InBev a augmenté de 12,9 % en termes nominaux, passant de 6 449 millions d'USD à l'EX11 à 7 283 millions d'USD à l'EX12. Au 4T12, le bénéfice a diminué de 8,5% en termes nominaux, passant de 1 959 millions d'USD au 4T11 à 1 792 millions d'USD au 4T12. La diminution du bénéfice normalisé au 4T12 est surtout imputable aux autres résultats financiers de -227 millions d'USD, qui comprennent principalement des pertes non matérialisées sur opérations de change de dettes et emprunts inter-sociétés, des frais de couverture de change et de matières premières et des pertes provenant de contrats dérivés liés à nos programmes de paiement fondés sur des actions, alors que le 4T11 comprenait un gain de 200 millions d'USD provenant principalement de contrats dérivés liés à nos programmes de paiement fondés sur des actions.
- **Bénéfice par action:** Le bénéfice par action normalisé (BPA) a augmenté de 12,6 %, soit de 4,04 USD pour l'EX11 à 4,55 USD pour l'EX12 et a reculé de 9,0%, passant de 1,23 USD au 4T11 à 1,12 USD au 4T12, comme expliqué ci-dessus.

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 27 février 2013 – 2 / 30



- **Flux de trésorerie** : Le flux de trésorerie provenant des activités d'exploitation a augmenté de 6,3 % sur une base nominale, passant de 12 486 millions d'USD au cours de l'EX11 à 13 268 millions d'USD au cours de l'EX12.
- **Endettement net** : L'endettement net au 31 décembre 2012 s'élevait à 30,1 milliards d'USD, soit une baisse de 4,6 milliards d'USD par rapport au 31 décembre 2011. Le rapport endettement net / EBITDA est passé de 2,26x fin 2011 à 1,87x avant activités M&A, et à 1,94x sur une base rapportée au 31 décembre 2012.
- **Dividende** : Le Conseil d'administration d'AB InBev propose le paiement d'un dividende de 1,70 EUR par action, sous réserve de l'approbation des actionnaires. En cas d'approbation, les actions seront négociées ex-coupon à partir du 26 avril 2013 et les dividendes seront dus à compter du 2 mai 2013. La date d'enregistrement est fixée au 30 avril 2013. Le conseil d'administration a également décidé de procéder à l'avenir au versement de dividendes semestriels, en commençant par les dividendes de l'EX13, qui seront versés en novembre 2013 et en mai 2014.
- **Rapport financier 2012** : Ce rapport est disponible sur notre site web www.ab-inbev.com;

Tableau 1. Résultats consolidés (millions d'USD)

	EX11	EX12	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	399 365	402 631	0.3%
Volumes de nos propres bières	349 818	352 921	0.1%
Volumes des non-bières	46 592	47 755	2.2%
Produits de tiers	2 955	1 954	-12.0%
Produits	39 046	39 758	7.2%
Marge brute	22 412	23 311	8.5%
EBITDA normalisé	15 357	15 511	7.7%
EBIT normalisé	12 607	12 765	8.5%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	6 449	7 283	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	5 855	7 243	
Bénéfice normalisé par action (USD)	4.04	4.55	
Bénéfice par action (USD)	3.67	4.53	
Marges			
Marge brute	57.4%	58.6%	71 bp
Marge EBITDA normalisée	39.3%	39.0%	18 bp
Marge EBIT normalisée	32.3%	32.1%	37 bp

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 27 février 2013 – 3 / 30



	4T11	4T12	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	99 467	100 098	-0,1%
Volumes de nos propres bières	85 299	85 826	-0,3%
Volumes des non-bières	13 702	13 804	0,8%
Produits de tiers	466	468	7,4%
Produits	9 873	10 287	8,8%
Marge brute	5 860	6 181	9,1%
EBITDA normalisé	4 237	4 388	9,9%
EBIT normalisé	3 546	3 675	10,7%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 959	1 792	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 850	1 756	
Bénéfice normalisé par action (USD)	1,23	1,12	
Bénéfice par action (USD)	1,16	1,10	
Marges			
Marge brute	59,4%	60,1%	15 bp
Marge EBITDA normalisée	42,9%	42,7%	44 bp
Marge EBIT normalisée	35,9%	35,7%	62 bp

Les chiffres rapportés des EX12 et EX11 ainsi que du 4T12 et du 4T11 d'Anheuser-Busch InBev sont basés sur les états financiers consolidés audités, préparés conformément aux normes IFRS. Sauf indication contraire, les montants sont exprimés en millions d'USD.

Afin de faciliter la compréhension de la performance sous-jacente d'AB 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 de croissance interne et des chiffres normalisés. 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, le lancement ou l'arrêt d'activités ou le transfert d'activités entre segments, les pertes et profits enregistrés au titre de réduction et les modifications apportées aux estimations comptables d'une année à l'autre ainsi que d'autres hypothèses 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 américaines. Afin d'éliminer l'effet mix géographique, c'est-à-dire l'impact d'une croissance des volumes plus forte dans les pays à plus faibles produits par hl et à plus faibles Coûts des Ventes par hl, nous présentons également, aux endroits spécifiés, les chiffres par hectolitre internes sur une base géographique constante. Lorsque nous faisons des estimations sur une base géographique constante, nous supposons que chaque pays dans lequel nous opérons représente le même pourcentage de notre volume mondial 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, BPA) 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 de l'EX12 et du 4T12 sont basés sur la moyenne pondérée de 1 600 millions d'actions, comparativement aux 1 595 millions d'actions pour l'EX11 et le 4T11.

COMMENTAIRES DE LA DIRECTION

Nous *menons* notre secteur, avec une équipe talentueuse stimulée par notre plateforme Rêve-Collaborateurs-Culture, des marques appréciées par des millions de consommateurs, et une position solide sur les principaux marchés brassicoles du monde. Nous *façonnons* l'avenir en redéfinissant l'expérience du consommateur, en multipliant les occasions d'apprécier nos produits, ainsi qu'en contribuant à un monde meilleur grâce à nos actions en matière de consommation responsable et nos initiatives en faveur de l'environnement et des communautés. Aussi, nous cherchons à *créer* de nouvelles opportunités avec des innovations produits, emballages, processus et la façon dont nous créons des liens avec nos consommateurs. *Mener, façonner, créer* — voilà comment nous respectons nos engagements envers les consommateurs, clients, actionnaires, collaborateurs et communautés. Et c'est ainsi que nous nous développons.

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 27 février 2013 – 4 / 30



Notre volonté de mener notre secteur, de façonner l'avenir et de créer des opportunités de croissance a donné d'excellents résultats en 2012. Les produits totaux ont augmenté de 7,2% pour atteindre 39,8 milliards d'USD, essentiellement grâce à un portefeuille de marques favorable et à nos initiatives de gestion des revenus. Les Coûts des Ventes ont augmenté de 5,4%, notre souci constant d'optimiser l'efficacité et le rendement d'exploitation ayant compensé partiellement la hausse des prix des matières premières. Les frais commerciaux et de marketing affichent une hausse de 6,8% suite à nos nombreux investissements dans le développement de nos marques. L'EBITDA a progressé de 7,7%, tandis que la marge EBITDA a augmenté de 18 points de base pour atteindre 39,0%. Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs de capitaux propres a augmenté de 12,9% pour atteindre 7,3 milliards d'USD, soit 4,55 USD par action, par rapport à 6,4 milliards d'USD, soit 4,04 USD par action, en 2011. Le flux de trésorerie provenant des activités d'exploitation a augmenté de 6,3% pour atteindre 13,3 milliards d'USD et nous avons clôturé l'exercice avec un rapport endettement net / EBITDA de 1,87x fois avant activités M&A, conformément à notre engagement d'atteindre 2,0x à la fin 2012. Le rapport endettement net / EBITDA a atteint 1,94x sur une base rapportée. Nos liquidités, comprenant la trésorerie et les équivalents de trésorerie ainsi que les lignes de crédit accordées, s'élevaient à 35,1 milliards d'USD fin 2012. Le conseil a également décidé de procéder à l'avenir au versement de dividendes semestriels, en commençant par les dividendes de l'EX13, qui seront versés en novembre 2013 et en mai 2014. Ce changement permettra à la société de gérer son flux de trésorerie de manière plus efficace tout au long de l'année, en associant plus étroitement les versements de dividendes aux flux de trésorerie provenant des activités d'exploitation.

Notre équipe de 118,000 collègues a atteint ces résultats malgré une conjoncture mondiale incertaine, une hausse de l'accise dans certains pays et la volatilité des devises et du prix des matières premières. Notre progression a été particulièrement forte sur nos trois principaux marchés : les Etats-Unis, le Brésil et la Chine. La dynamisation de l'innovation explique en grande partie notre succès, avec des lancements tels que Bud Light Platinum et Bud Light Lime Lime-A-Rita aux Etats-Unis, Stella Artois Cidre Pear au Royaume-Uni, Leffe Royale en Belgique, et de nouvelles identités visuelles pour Skol au Brésil et Sibirskaia Korona en Russie, parmi de nombreuses autres initiatives au niveau mondial.

En juin 2012, nous avons annoncé la décision d'acquérir les parts restantes de Grupo Modelo au Mexique que nous ne possédons pas encore, pour quelque 20,1 milliards d'USD. Le groupe combiné devrait prendre une position de leader dans le secteur avec un volume annuel de bière avoisinant les 400 millions d'hectolitres. Nous serions le brasseur numéro un au Mexique, le quatrième pool de bénéfices du secteur brassicole et la deuxième économie d'Amérique latine. Corona deviendrait l'une de nos marques phares mondiales aux côtés de Budweiser et rejoindrait les marques mondiales Stella Artois et Beck's. Nous prévoyons une synergie de coûts annuelle d'environ un milliard d'USD qui s'échelonnait sur quatre ans, ainsi qu'une synergie unique de flux de trésorerie de 500 millions d'USD, provenant essentiellement du fonds de roulement, d'ici deux ans. Grupo Modelo étant un de nos principaux partenaires depuis plus de 20 ans, nous sommes certains que cette nouvelle phase de notre relation donnera les résultats attendus, créera de la valeur pour nos actionnaires, et ravira les consommateurs du monde entier qui apprécient les bières d'exception.

En outre, nous annonçons en février 2013 une révision de la transaction avec Constellation Brands, prévoyant l'acquisition par Constellation Brands de la brasserie mexicaine Piedras Negras de Grupo Modelo, et l'octroi à Crown Imports d'une licence perpétuelle et exclusive pour les marques Grupo Modelo produites au Mexique et distribuées par Crown aux Etats-Unis, pour une valeur de 2,9 milliards d'USD, sous réserve d'un ajustement ultérieur à la conclusion de la transaction. Comme nous l'avons annoncé en juin 2012, AB InBev a accepté de céder à Constellation Brands la participation de 50% de Grupo Modelo dans Crown pour un montant de

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 27 février 2013 – 5 / 30



1,85 milliards d'USD. Les modalités du rapprochement d'AB InBev et de Grupo Modelo, annoncé en juin 2012, demeurent inchangées.

Le rapprochement avec Grupo Modelo reste toujours sujet à l'action intentée par le Ministère de la Justice américain (DOJ). La révision de la transaction avec Constellation reste conditionnée à la conclusion de la transaction Modelo ainsi qu'aux approbations des autorités de régulation aux Etats-Unis et au Mexique et à d'autres conditions de conclusion habituelles.

En mai 2012, nous avons formé une alliance stratégique avec Cerveceria Nacional Dominicana S.A. (CND) afin de rapprocher nos activités respectives, créant la plus grande société de boissons des Caraïbes. L'entreprise combinée regroupe des activités de production de bière, de malt et de boissons non alcoolisées en République dominicaine, à Antigua, à Saint-Vincent et à la Dominique, ainsi que des activités d'exportation vers 16 autres pays des Caraïbes, les Etats-Unis et l'Europe.

S'il est vrai que notre priorité reste la stimulation de notre croissance interne dans nos activités existantes, ces transactions traduisent nos efforts pour étendre notre présence sur les marchés mondiaux de la bière, pour développer notre portefeuille de marques et pour atteindre une hausse des produits et des bénéfices.

Leader de notre secteur

En 2012, nous sommes restés à la tête de notre secteur grâce à notre solide portefeuille de marques prioritaires, notre part de marché leader sur les principaux marchés mondiaux de la bière et nos investissements pour développer la capacité afin de soutenir notre croissance.

Notre stratégie axée sur les marques prioritaires est essentielle pour notre position de leader. Les volumes de nos marques prioritaires, qui représentent environ 70% de nos volumes totaux des bières au niveau mondial, affichent une hausse de 1,5% en 2012, tandis que les volumes de nos marques mondiales Budweiser, Stella Artois et Beck's ont progressé de 4,1%. Les ventes de Budweiser en dehors des Etats-Unis représentent aujourd'hui plus de 51% du volume Budweiser mondial, ce qui s'explique par une croissance solide en Chine, une forte augmentation de volume de ventes de Bud en Russie, et des progressions dans le segment premium au Brésil. Le lancement de Bud en Ukraine a également donné d'excellents résultats, puisque la marque y a déjà conquis une part de marché de 1%. Stella Artois a réalisé une croissance à deux chiffres aux Etats-Unis, a augmenté ses volumes de près de 50% au Brésil, et a enregistré une excellente croissance en Russie. Beck's a enregistré une bonne performance en Allemagne et en Chine. Parmi les autres performances solides de nos marques prioritaires, épinglons la famille Bud Light aux Etats-Unis et au Canada, Michelob Ultra aux Etats-Unis, Antarctica au Brésil, Harbin en Chine et Hasseröder en Allemagne.

Les progrès enregistrés sur nos marchés clés - les Etats-Unis, le Brésil et la Chine - apportent une preuve supplémentaire de notre leadership mondial. Nos volumes ont progressé aux Etats-Unis pour la première fois depuis 2008 et la part de marché semble se stabiliser ; on observe une hausse de la part de marché pour la famille Bud Light, Michelob Ultra, Stella Artois et Shock Top. Au Brésil, les volumes de nos propres bières ont progressé de 2,5%, pour atteindre une part de marché de 68,5%. Nos marques premium, dont les marques mondiales Budweiser et Stella Artois, ainsi que les marques premium nationales Bohemia et Original, ont continué d'enregistrer une croissance nettement supérieure à celle du marché dans son ensemble. Nous avons augmenté nos volumes en Chine de 1,9% et accru notre part de marché, malgré une année difficile pour le secteur en raison des mauvaises conditions météorologiques. Budweiser a renforcé sa position de marque premium numéro un en Chine, et a enregistré une croissance à deux chiffres en termes de volumes.

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 27 février 2013 – 6 / 30



Dans le monde entier, nous investissons dans la capacité afin d'étendre notre leadership. En Chine, nous avons conclu un accord pour acquérir des participations majoritaires dans quatre brasseries et construit de nouvelles brasseries dans les provinces de Fujian et Henan en 2012, l'ouverture de quatre toutes nouvelles brasseries étant prévue au cours des deux prochaines années. Nous augmentons aussi notre capacité au Brésil en prévision de la Coupe du Monde de la FIFA 2014™. Fin 2011, nous avons ouvert une nouvelle brasserie à Pernambuco, dans le Nord-Est du pays, et avons annoncé la construction d'une nouvelle brasserie à Parana dans le Sud, qui ouvrira ses portes en 2014.

Façonner l'avenir

L'entreprise joue un rôle important dans la construction de l'avenir en s'efforçant de créer un environnement propice à la croissance à long terme de notre activité et de notre secteur, tout en contribuant à un Monde Meilleur.

Le développement de marques mondiales solides est un élément clé de nos efforts visant à façonner l'avenir de notre activité. Dans notre portefeuille de plus de 200 marques, nos trois marques mondiales - Budweiser, Stella Artois et Beck's - ont un potentiel plus grand pour contribuer à notre croissance. Nous investissons donc dans nos marques mondiales, en les lançant sur d'autres marchés, en augmentant notre capacité à répondre à la demande en hausse, et en utilisant des techniques marketing et publicitaires innovantes afin de tisser des liens forts avec les consommateurs.

La premiumisation est un autre élément important de ce processus. Comme nous nous efforçons de satisfaire l'envie grandissante des consommateurs pour les produits premium, la modification du portefeuille qui en résulte aura un impact positif sur nos produits et nos marges. Budweiser a atteint une belle part de marché dans le segment premium dans des pays aussi variés que la Chine, le Brésil et la Russie. Aux Etats-Unis, Stella Artois et Shock Top sont des marques premium performantes et nous lançons les bières artisanales Goose Island au niveau national. Pour comprendre l'importance des marques premium, il faut savoir qu'uniquement en Chine, le segment premium se développe 2,5 fois plus vite que le secteur dans son ensemble.

Créer un avenir meilleur pour nos activités implique aussi que nous améliorons le choix offert aux consommateurs. Nous utilisons nos connaissances approfondies des préférences des consommateurs pour mettre au point de nouveaux produits pouvant être appréciés de façon responsable à de nombreuses occasions. Ceci a donné un certain nombre d'innovations, y compris des produits destinés à la vie nocturne, des boissons rafraîchissantes à servir avec des glaçons, ou des choix sans alcool.

Nous pensons que nos efforts pour développer les marques mondiales ainsi que le segment premium, offrir un plus grand choix aux consommateurs, et partager avec eux davantage d'occasions d'apprécier nos produits contribueront au succès à long terme d'AB InBev et du secteur brassicole.

La principale contribution que nous pouvons faire en vue de construire l'avenir est notre engagement à réaliser notre rêve d'être **la meilleure entreprise brassicole dans un monde meilleur**. Nous avons pris un rôle de leader en promouvant la consommation responsable, en protégeant l'environnement et en faisant la différence au sein de nos communautés. En 2012, nous avons continué d'organiser des campagnes de consommation responsable sur tous nos marchés et avons atteint des objectifs environnementaux ambitieux. Nous avons également continué à soutenir les communautés en aidant les victimes de catastrophes, en organisant des

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 27 février 2013 – 7 / 30



activités bénévoles, en offrant des aides financières ainsi qu'en créant de l'emploi et des activités économiques.

Créer de nouvelles opportunités de croissance

Dans toute l'entreprise, nous nous efforçons de stimuler l'innovation et de créer de nouvelles opportunités — pas seulement dans le domaine de nos produits et emballages, mais aussi en nous rapprochant des consommateurs et en optimisant sans cesse les processus opérationnels.

Nous avons lancé avec succès des produits visant à animer la vie nocturne, tels que Bud Light Platinum, Quilmes Night, et la canette Budweiser « Gambei » en Chine. Bud Light Lime *Lime-A-Rita*, visant les amateurs de boissons plus fruitées, est l'une des nouvelles introductions connaissant la croissance la plus rapide du secteur aux Etats-Unis. Nous avons amené l'innovation dans la catégorie du cidre avec Stella Artois Cidre et Stella Artois Cidre Pear. Nous avons aussi une gamme de produits pour ceux qui préfèrent les boissons non-alcoolisées, avec entre autres Quilmes Lieber, Jupiler Force et Hoegaarden 0,0. La mise à jour des emballages, comme la canette calice Stella Artois, incite les consommateurs à voir nos produits sous un angle nouveau. Nous utilisons beaucoup les médias sociaux et numériques pour créer des liens avec les consommateurs. Nos marques ont attiré quelque 80 millions de fans sur nos pages des médias sociaux et bases de données de clients. Nous créons aussi des expériences uniques qui rapprochent les consommateurs de leurs marques préférées. Citons par exemple Budweiser Music Kingdom en Chine, nos sponsorings de grands événements sportifs comme la Coupe du Monde de la FIFA™ et la National Football League (NFL) aux Etats-Unis, ou encore la compétition annuelle Stella Artois World Draught Masters.

En matière de création d'opportunités, nos collaborateurs sont notre atout le plus précieux. Chaque jour, ils viennent travailler animés par une fierté de propriétaires d'entreprise et une passion pour l'excellence. Notre rêve de devenir la meilleure entreprise brassicole dans un monde meilleur inspire notre culture d'« ownership », dans laquelle les collaborateurs acceptent la responsabilité d'atteindre des résultats exceptionnels.

Prévisions pour l'avenir

Alors que nous nous attendons à ce que 2013 soit une autre année marquée par des défis et de l'incertitude vu le contexte économique mondial, nous allons continuer à œuvrer pour développer notre activité et la valeur actionnariale à long terme. Pour y parvenir, nous suivrons notre modèle de gestion, qui a fait ses preuves: investir dans les volumes, maintenir une discipline stricte en matière de coûts et viser l'amélioration des marges. Nous nous efforcerons de dynamiser le marché de la bière, en élargissant notre position sur les principaux marchés, en renforçant nos marques et nos relations avec les consommateurs, et en améliorant notre flux de trésorerie pour le réinvestir dans la croissance.

Les priorités pour nos marchés clés en 2013 :

Aux Etats-Unis:

- **Investir dans nos marques prioritaires.** Ceci comprend l'augmentation de la part de marché des familles Bud Light, Michelob Ultra et Stella Artois, et continuer à redorer le blason de la marque Budweiser auprès des jeunes adultes. Une fois de plus, l'innovation jouera un rôle clé dans la réalisation de nos objectifs et nous entamons 2013 avec une offre saine de nouveaux produits.
- **Etre le premier dans le haut de gamme** Nous allons poursuivre nos efforts en vue d'augmenter notre part de marché dans le segment haut de gamme, en nous appuyant

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 27 février 2013 – 8 / 30



essentiellement sur le succès de Stella Artois et de Shock Top en 2012, soutenu par le lancement national de Goose Island.

- **Améliorer la gestion des revenus.** Nous allons améliorer nos produits par hectolitre grâce à un meilleur portefeuille de marques, à des innovations fortes, à des initiatives de packs à prix spécial et à une optimisation de nos activités promotionnelles.
- **Favoriser l'excellence dans l'exécution des ventes et du parcours de mise en marché.** En poursuivant notre collaboration avec nos partenaires négociants en bière et en partageant les meilleures pratiques, nous continuerons à améliorer nos outils destinés à la planification et à l'exécution des ventes, ainsi que les solutions du parcours de mise en marché en fonction de l'occasion, du réseau et de la région.

Au Brésil:

- **Garder la préférence des consommateurs.** Nous continuerons de mettre en œuvre des programmes afin de garder la préférence des consommateurs pour nos trois marques nationales Skol, Brahma et Antarctica.
- **Etoffer la catégorie en innovant.** Nous investirons dans des innovations produits et emballages, mais aussi dans des initiatives de parcours de mise en marché visant à améliorer l'expérience du consommateur et la disponibilité de nos produits.
- **Augmenter les volumes premium.** Stimuler la croissance et le leadership dans le segment premium avec une approche basée sur notre portefeuille de marques premium internationales Budweiser et Stella Artois.
- **Poursuivre l'expansion régionale.** Utiliser nos marques fortes et nos capacités en termes de parcours de mise en marché pour renforcer notre présence dans le nord et le nord-est du pays, qui connaît une croissance plus rapide.

En Chine:

- **Accroître la préférence des consommateurs.** Continuer d'accroître la préférence pour nos marques nationales Budweiser et Harbin, et notre marque régionale Sedrin, grâce à un solide programme d'innovation. Lancer des innovations basées sur les occasions de consommation, notamment la restauration et la vie nocturne, afin de développer la catégorie bière et d'inciter le consommateur à choisir un produit d'une catégorie supérieure.
- **Expansion.** Continuer à améliorer notre présence sur les marchés chinois les plus intéressants par la création de nouveaux sites de production et des acquisitions stratégiques, tout en renforçant la distribution de nos marques via de nouveaux canaux, villes et segments.
- **Optimiser la performance dans nos provinces clés.** Développer nos activités dans nos 'bastions' du nord-est et du sud-est.
- **Améliorer les ventes.** Tirer parti des meilleures pratiques pour améliorer la gestion des revenus, les solutions de mise sur le marché et de vente, la vente sur le terrain et la performance des négociants.

PERSPECTIVES

Nos perspectives pour 2013 sont les suivantes :

- (i) **Volumes:** Nous continuerons aux Etats-Unis notre stratégie axée sur nos marques prioritaires et la premiumisation, grâce à une filière d'innovations saine et un solide plan d'exécution des ventes. Nous nous attendons à ce que les ventes du premier trimestre aux Etats-Unis soient sous pression en raison de la pression court-terme sur les revenus disponibles du consommateur actuel et de comparaison difficiles liées aux conditions météorologiques. Nous prévoyons aussi une croissance à un seul chiffre dans le bas ou la moyenne de la fourchette pour nos volumes de bière au Brésil pendant l'EX13. avec une performance moins forte au premier trimestre, les festivités de Carnaval ayant eu lieu plus

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 27 février 2013 – 9 / 30



tôt dans l'année qu'en 2012 et d'un temps pluvieux. Nous nous attendons à un retour solide de la croissance du secteur en Chine en 2013, nos propres volumes démontrant une bonne reprise comparés aux volumes du 4T12.

- (ii) **Produits par hl:** Nous prévoyons une croissance interne des produits par hl supérieure à l'inflation, pondérée par pays, grâce à l'amélioration permanente de notre portefeuille de marques et à nos initiatives de gestion des revenus.
- (iii) **Coûts des ventes par hl:** Nous prévoyons en 2013 une croissance interne des CdV par hl d'un seul chiffre dans la moyenne de la fourchette, la hausse générale des coûts des matières premières et l'effet défavorable de taux de change (principalement BRL/USD) étant partiellement atténuée par des économies d'approvisionnement et des gains d'efficacité.
- (iv) **Frais de distribution par hl:** Nous prévoyons une croissance interne des frais de distribution par hl d'un seul chiffre dans la moyenne de la fourchette.
- (v) **Frais commerciaux et de marketing :** Nous continuerons de stimuler la performance des produits et des volumes en investissant dans nos marques ; par conséquent, les investissements commerciaux et de marketing devraient enregistrer une croissance d'un seul chiffre dans le haut de la fourchette.
- (vi) **Coûts financiers nets:** Le coupon moyen sur la dette nette devrait se situer entre 4,8% et 5,3 % si la transaction avec Grupo Modelo se clôture au 1S13. Le coupon moyen devrait baisser de 50 points de base à partir de 2014 compte tenu de la disparition du cash conservé suite au délai dans la clôture de la transaction. Les charges d'intérêts nettes liées aux pensions (suite à la révision de la norme IAS 19) et les charges de désactualisation devraient avoisiner respectivement 40 et 75 millions d'USD par trimestre.
- (vii) **Taux d'imposition effectif:** Notre taux d'imposition effectif devrait se situer entre 20% et 22% en 2013, entre 20% et 25% en 2014-2017, et entre 25% et 27% par la suite.
- (viii) **Dépenses nettes d'investissement :** Nos prévisions concernant les dépenses nettes d'investissement pour 2013 sont d'environ 3,7 milliards d'USD, la croissance comparée à 2012 étant principalement due à des investissements visant à augmenter la capacité au Brésil et en Chine ainsi qu'aux investissements commerciaux liés à notre solide filière d'innovation et à nos programmes de développement de marché.
- (ix) **Endettement:** Une fois le rapprochement avec Grupo Modelo finalisé, nous devrions avoir un rapport endettement net / EBITDA inférieur à 2,0x en 2014. Environ un tiers de la dette brute d'AB InBev est exprimée en devises autres que le dollar américain, principalement en euros.

IAS 19 REVISEE ET BASE DE REFERENCE 2012

La norme IFRS révisée "IAS 19 Avantages du personnel" entrera en vigueur le 1er janvier 2013. A partir de cette date, AB InBev présentera les charges d'intérêts nettes liées aux pensions dans les coûts financiers nets. Les tableaux à l'Annexe 3 (la "Base de référence 2012 ") présentent les chiffres redressés par Zone pour 2012, comme si la norme révisée était entrée en vigueur le 1er janvier 2012. L'impact net de la norme révisée sur les résultats 2012 aurait consisté en une augmentation de l'EBITDA de 14 millions d'USD et une hausse des coûts financiers nets de 160 millions d'USD, avec un impact net de -146 millions d'USD sur le bénéfice avant impôts.

De surcroît, la base de référence 2012 traduit le fait que la responsabilité de la gestion de l'Equateur et du Pérou a été transférée à la Zone Amérique latine Sud. En 2012, ces pays étaient repris dans la Zone Amérique latine Nord.

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 27 février 2013 – 10 / 30



PERFORMANCE OPERATIONNELLE

Les informations détaillées sur la performance financière au cours de l'EX12 et du 4T12 sont présentées dans l'Annexe du présent communiqué de presse.

Tableau 2. Volumes (milliers d'hl's)

	EX11	Scope	Croissance interne	EX12	Croissance interne	
					Volumes totaux	Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	124 899	-547	787	125 139	0.6%	0.5%
Amérique latine Nord	120 340	2 312	3 535	126 187	3.0%	2.7%
Amérique latine Sud	34 565	-	-273	34 292	-0.8%	0.1%
Europe de l'Ouest	30 887	-65	-1 291	29 531	-4.2%	-3.5%
Europe centrale et de l'Est	25 690	-	-2 904	22 785	-11.3%	-11.3%
Asie-Pacifique	55 980	645	1 042	57 667	1.9%	1.9%
Exportations Globales et Sociétés Holding	7 004	-217	243	7 030	3.6%	3.6%
AB InBev au niveau mondial	399 365	2 128	1 138	402 631	0.3%	0.1%
	4T11	Scope	Croissance interne	4T12	Croissance interne	
					Volumes totaux	Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	28 005	37	622	28 664	2,2%	2,1%
Amérique latine Nord	35 130	767	1 206	37 104	3,5%	3,3%
Amérique latine Sud	10 748	-	-341	10 407	-3,2%	-1,2%
Europe de l'Ouest	7 585	-	-290	7 295	-3,8%	-3,8%
Europe centrale et de l'Est	5 485	-	-542	4 943	-9,9%	-9,9%
Asie-Pacifique	10 714	-	-852	9 862	-8,0%	-8,0%
Exportations Globales et Sociétés Holding	1 800	-89	113	1 824	6,6%	6,6%
AB InBev au niveau mondial	99 467	715	-84	100 098	-0,1%	-0,3%

Amérique du Nord (NA)

Les volumes totaux de la Zone Amérique du Nord ont enregistré une hausse de 0,6 % durant l'EX12 et de 2,2 % au 4T12.

Aux **États-Unis**, nos volumes de livraison (VAG) ont augmenté de 0,7 % au cours de l'EX12 et de 2,7 % au 4T12. Les ventes aux détaillants (VAD) corrigées des jours de vente ont progressé de 0,4% au cours de l'EX12 et de 0,9 % au 4T12.

Selon nos estimations, les VAD du secteur ont augmenté de 0,8 % au cours de l'EX12 et de 0,6 % au 4T12. Nous continuons à bien progresser en termes de part de marché. Nous estimons qu'elle a augmenté au 4T12 pour la première fois depuis le 2T09, qu'elle était stable au 2S12 et qu'elle a reculé de moins de 20 points de base durant l'EX12. La hausse de notre part de marché au 4T12 a été estimée à plus de 20 points de base ; elle s'explique par des améliorations significatives dans la catégorie premium-plus suite au lancement de Bud Light Platinum et de Bud Light Lime *Lime-A-Rita*. Ces innovations ont contribué à la croissance de la part de marché de la famille Bud Light, qui a gagné environ 70 points de base au cours de l'EX12 et plus de 80 points de base au 4T12. Michelob Ultra, Shock Top, Stella Artois et nos autres marques haut de gamme ont également accru leur part de marché au cours du trimestre et de l'exercice, tandis que notre part de marché est restée sous pression en raison de la faiblesse de Budweiser et de notre stratégie de prix visant à combler l'écart entre nos marques sub-premium et premium au sein de notre portefeuille.

Au cours de l'EX12, les produits par hl (bière uniquement) aux Etats-Unis ont progressé de 4,9%, bénéficiant de la hausse de prix appliquée fin 2011, ainsi que du portefeuille de marques favorable à l'origine d'une hausse d'environ 170 points de base. Au 4T12, les produits par hl (bière uniquement) aux Etats-Unis ont progressé de 4,8%, bénéficiant de la hausse des prix de 2012, ainsi que du portefeuille de marques favorable à l'origine d'une hausse d'environ 210 points de base. Pendant les deux périodes, le portefeuille de marques a bénéficié du lancement de Bud Light Platinum, Bud Light Lime *Lime-A-Rita*, de la croissance de Michelob Ultra, Shock

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 27 février 2013 – 11 / 30



Top, Stella Artois et nos autres marques haut de gamme ainsi que de la tendance des consommateurs à se tourner vers nos marques plus premium.

Au **Canada**, nos volumes de bière ont augmenté de 0,1% au cours de l'EX12, et ont reculé de 2,0% au 4T12, ce qui s'explique principalement par une base comparable difficile au niveau du secteur, le mauvais temps et le lock-out de la National Hockey League. Selon nos estimations, notre part de marché durant le trimestre oscillait autour de 40,5%, avec une forte performance de Bud Light qui a augmenté son volume et sa part de marché. Notre part de marché pour l'EX12 est estimée à environ 40,6%.

En Amérique du Nord, l'EBITDA a augmenté de 2,4 % à 6 706 millions d'USD au cours de l'EX12. La marge a perdu 113 points de base pour atteindre 41,8 %, suite à (i) une hausse des investissements commerciaux et de marketing de 9,7% vu que nous avons augmenté les investissements dans nos marques pour soutenir l'élan positif sur le marché américain, (ii) la hausse du coût des matières premières, et (iii) une augmentation de 10,1% des frais de distribution résultant du lancement de nos innovations, de l'augmentation des frais de carburant et de nouvelles activités de distribution. En Amérique du Nord, l'EBITDA a augmenté de 2,7% pour atteindre 1 572 millions d'USD au 4T12 et la marge a perdu 150 points de base majoritairement pour les mêmes raisons que durant l'EX12, ainsi qu'en raison de frais administratifs en hausse liés aux provisions pour rémunération variable.

Nous restons confiants dans notre potentiel d'accroître la marge en Amérique du Nord et aux Etats-Unis en particulier.

Amérique latine Nord (LAN)

Au cours de l'EX12, la Zone LAN a réalisé une croissance des volumes totaux de 3,0 %, les volumes de bière affichant une hausse de 2,7 % et les volumes de boissons non alcoolisées, une hausse de 3,7 %. Au 4T12, les volumes totaux ont progressé de 3,5 %, les volumes de bière affichant une croissance de 3,3 % et les volumes de boissons non alcoolisées, une hausse de 4,0 %.

Au **Brésil**, nos volumes de bières ont progressé de 2,5 % au cours de l'EX12 et de 2,9 % au 4T12. La croissance des volumes au cours du trimestre s'explique par la mise en œuvre de nombreuses initiatives commerciales, par de nouvelles offres promotionnelles suite au report partiel de la hausse prévue des impôts annoncée le 28 septembre, et par une météo favorable. Nos marques premium continuent d'enregistrer une croissance supérieure à celle du reste de notre portefeuille. Budweiser est maintenant sur le marché depuis plus d'un an et, selon nos estimations, elle est devenue durant le trimestre la première marque premium internationale du Brésil. Stella Artois progresse rapidement elle aussi, avec une croissance de volumes supérieure à 45 % au cours de l'EX12.

Nous estimons que les volumes du secteur de la bière au Brésil ont augmenté de 3,2 % au cours de l'EX12 et de 4,7 % au 4T12. Nous estimons que notre part de marché a reculé de 50 points de base au cours de l'année, atteignant une moyenne de 68,5%, et qu'elle a perdu 120 points de base au 4T12, principalement suite à nos hausses de prix au 3T12.

Au Brésil, les produits par hl (bières) ont enregistré une hausse de 9,6% au cours de l'EX12 et de 10,9% au 4T12. La croissance enregistrée durant le trimestre s'explique par les hausses de prix appliquées au 3T12, un portefeuille de marques premium favorable et une augmentation de la distribution directe, partiellement atténuée par une hausse des impôts.

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 27 février 2013 – 12 / 30



Les coûts des ventes par hl dans la Zone LAN ont augmenté de 6,3% durant l'EX12, en raison d'une hausse de 11,1% au 4T12 due à une augmentation des frais des matières premières, un mix d'emballages défavorable et à l'augmentation des frais d'amortissement.

L'EBITDA de la Zone LAN a grimpé de 14,2 % à 5 801 millions d'USD au cours de l'EX12, avec une croissance de la marge de 72 points de base pour atteindre 50,6 %. Au 4T12, l'EBITDA a augmenté de 15,9 % à 1 973 millions d'USD, et la marge a gagné 87 points de base pour atteindre 57,5 %. Les frais de distribution ont augmenté de 12,4 % durant l'EX12, en raison d'un portefeuille de distribution directe plus important et d'une hausse des frais de transport. Comme prévu, l'augmentation des frais de distribution a ralenti en cours d'année, et ne dépasse pas 6,1% au 4T12. Les frais administratifs ont progressé de 22,0% durant l'EX12 mais ils ont diminué de 15,9% au 4T12, principalement en raison du montant et du timing des provisions pour la rémunération variable pendant l'année.

Amérique latine Sud (LAS)

Les volumes totaux de la Zone LAS ont diminué de 0,8 % durant l'EX12, les volumes bières affichant une hausse de 0,1 % et les volumes non-bières, une baisse de 2,2 %. Au 4T12, les volumes totaux ont baissé de 3,2 %, les volumes bières marquant un recul de 1,2 % et les volumes non-bières, un recul de 6,6 %.

En **Argentine**, les volumes bières ont enregistré une baisse de 0,4 % durant l'EX12 à cause d'un environnement consommateur incertain et de la faiblesse du secteur. En revanche, les excellents résultats de Quilmes et Stella Artois ont entraîné de bons résultats constants en termes de part de marché. Au 4T12, les volumes ont reculé de 3,0%, de nouveau suite à un secteur faible.

Durant l'EX12, l'EBITDA de la zone LAS a progressé de 21,9% à 1 432 millions d'USD, soit une croissance de la marge EBITDA de 78 points de base à 47,4% stimulée par la hausse des produits, cette dernière étant atténuée par la forte inflation des coûts. Au 4T12, l'EBITDA a augmenté de 28,0 % et la marge EBITDA a gagné 317 points de base pour atteindre 54,5 %.

Europe de l'Ouest (WE)

Au cours de l'EX12, les volumes de nos propres bières ont diminué de 3,5 %, alors que les volumes totaux ont enregistré une baisse de 4,2 %. Au 4T12, les volumes de nos propres bières et les volumes totaux ont enregistré une baisse de 3,8 %. Nos propres produits, cidre inclus, ont baissé de 3,0% au cours de l'EX12, et de 3,5% au 4T12.

En **Belgique**, les volumes de nos propres bières ont diminué de 4,1% au cours de l'EX12 et de 1,3% au 4T12, en raison du ralentissement du secteur lié aux mauvaises conditions météo au premier semestre. La part de marché est restée stable à 56,3% pour l'exercice complet.

En **Allemagne**, les volumes de nos propres bières ont baissé de 1,4 % au cours de l'EX12 et de 2,3% au 4T12. La part de marché était en hausse au cours de l'EX12 et au 4T12, bénéficiant des excellents résultats de nos marques prioritaires Beck's et Hasseröder.

Au **Royaume Uni**, les volumes de nos propres produits ont marqué un recul de 8,2% au cours de l'EX12 et de 12,7% au 4T12, ce qui s'explique principalement par un secteur faible et une part de marché subissant la pression de l'activité concurrentielle dans le canal de la grande distribution.

L'EBITDA en Europe de l'Ouest a augmenté de 1,4 % pour atteindre 1 155 millions d'USD au cours de l'EX12, avec un accroissement de la marge EBITDA de 89 points de base à 31,9 %. L'impact de la pression sur les volumes et sur le prix des matières premières a été atténué par

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 27 février 2013 – 13 / 30



des économies au niveau des frais commerciaux et de marketing, une gestion stricte des coûts et de bons résultats dans l'ensemble en France, aux Pays-Bas et en Italie. Au 4T12, l'EBITDA a augmenté de 4,2 % à 311 millions d'USD, avec un accroissement de la marge de 102 points de base pour atteindre 34,3 %.

Europe centrale & de l'Est (CEE)

Les volumes bières de la Zone CEE ont enregistré une baisse de 11,3 % au cours de l'EX12 et de 9,9 % au 4T12.

En **Russie**, nos volumes de bières ont perdu 12,0% au cours de l'EX12 et 10,9% au 4T12, subissant la faiblesse du secteur suite à des changements de la réglementation. La perte de part de marché résulte de hausses de prix liées aux impôts et ciblées supérieures à celles des concurrents et d'une pression promotionnelle dans des canaux clés. Cependant, nous avons continué à progresser avec l'optimisation de notre portefeuille de marques, nos marques premium et super-premium (dont Sibirskaya Korona, Bud, Stella Artois, Hoegaarden et Lowenbrau) ayant gagné quelque 90 points de base durant l'EX12, et représentent aujourd'hui 35% de nos volumes totaux. Bud a atteint une part de marché estimée à 1,4%.

En **Ukraine**, nos volumes de bière ont reculé de 10,3% durant l'EX12 et de 8,1% au 4T12, sous l'effet d'une faible demande au niveau du secteur et d'une perte de part de marché. Toutefois, Bud a conquis une part de marché estimée à 1% durant les neuf mois depuis son lancement.

L'EBITDA a progressé de 19,0% pour atteindre 257 millions d'USD au cours de l'EX12, grâce à nos efforts pour améliorer la rentabilité, avec une croissance des produits par hl de 12,9% favorisée par une hausse des prix liée à l'inflation, un portefeuille de marques favorable sur les deux marchés et une réduction des frais de distribution. Au 4T12, l'EBITDA a reculé de 26,3% pour atteindre 32 millions d'USD, ce qui est principalement imputable à une perte de volumes et au calendrier des investissements commerciaux et de marketing.

Asie-Pacifique (APAC)

Les volumes de bière de la Zone Asie-Pacifique ont augmenté de 1,9 % au cours de l'EX12 et ont reculé de 8,0 % au 4T12.

En **Chine**, les volumes de bière ont gagné 1,9 % au cours de l'EX12 et ont perdu 8,1% au 4T12. Les volumes du secteur dans les régions où nous opérons ont reculé de presque 12% au 4T12, en raison d'un temps très froid et humide. Néanmoins, nous estimons avoir accru notre part de marché en Chine au cours de l'EX12 et au 4T12. Nos marques prioritaires Budweiser, Harbin et Sedrin ont progressé de 8,1 % au cours de l'EX12, mais elles affichent un recul de 3,6 % au 4T12 en raison de la faiblesse du secteur.

L'EBITDA de la Zone APAC a augmenté de 8,2 % à 396 millions d'USD durant l'EX12, la croissance des produits stimulée par les volumes, par le portefeuille de marques et par des hausses de prix ciblées ayant été partiellement atténuée par une augmentation des Coûts des Ventes. Notre expansion géographique a également impacté les frais de distribution et administratifs. Au 4T12, l'EBITDA a reculé de 32,5% pour atteindre 44 millions d'USD ; ceci s'explique par les volumes faibles, la hausse du coût des matières premières et un mix emballage négatif pour les Coûts des Ventes, ainsi que par des frais administratifs supérieurs suite à notre expansion géographique.

Activités d'exportation et sociétés holding (GEHC)

Les GEHC ont enregistré un EBITDA de -234 millions d'USD pour l'EX12, par rapport à -90 millions d'USD pour l'EX11, et de -85 millions d'USD au 4T12 contre -60 millions d'USD au 4T11. Le recul enregistré au cours de l'EX12 est essentiellement imputable à une augmentation

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 27 février 2013 – 14 / 30



des frais administratifs liés à l'augmentation des provisions pour la rémunération variable et à la centralisation des activités, entre autres le Global Procurement Office en Belgique.

COMPTE DE RESULTATS CONSOLIDE

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

	EX11	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX12	Croissance interne
Produits	39 046	312	-2 421	2 821	39 758	7.2%
Coûts des ventes	-16 634	302	762	-877	-16 447	-5.4%
Marge brute	22 412	614	-1 659	1 944	23 311	8.5%
Frais de distribution	-3 313	-423	279	-329	-3 785	-8.9%
Frais commerciaux et de marketing	-5 143	-50	286	-352	-5 258	-6.8%
Frais administratifs	-2 043	-41	151	-254	-2 187	-12.4%
Autres produits/(charges) d'exploitation	694	4	-73	58	684	8.3%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents	12 607	105	-1 015	1 068	12 765	8.5%
Eléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	-278				-32	
Coûts financiers nets	-2 597				-2 188	
Coûts financiers nets non-récurrents	-540				-18	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	623				624	
Impôts sur le résultat	-1 856				-1 717	
Bénéfice	7 959				9 434	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	5 855				7 243	
Bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires	2 104				2 191	
EBITDA normalisé	15 357	144	-1 176	1 186	15 511	7.7%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	6 449				7 283	
	4T11	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T12	Croissance interne
Produits	9 873	137	-591	868	10 287	8,8%
Coûts des ventes	-4 013	68	167	-328	-4 106	-8,4%
Marge brute	5 860	205	-425	541	6 181	9,1%
Frais de distribution	-838	-110	56	-40	-932	-4,3%
Frais commerciaux et de marketing	-1 215	-24	48	-48	-1 239	-4,0%
Frais administratifs	-554	-10	28	-26	-562	-4,7%
Autres produits/(charges) d'exploitation	293	2	-21	-47	227	-15,8%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents	3 546	63	-314	379	3 675	10,7%
Eléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	-134				-43	
Coûts financiers nets	-357				-751	
Coûts financiers nets non-récurrents	-50				-9	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	161				127	
Impôts sur le résultat	-626				-501	
Bénéfice	2 540				2 498	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 850				1 756	
Bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires	690				742	
EBITDA normalisé	4 237	75	-344	420	4 388	9,9%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 959				1 792	

Produits

Les produits ont augmenté de 7,2 % au cours de l'EX12 et de 8,8 % au 4T12, avec une croissance des produits par hl de 7,8 % au cours de l'EX12 et de 9,0 % au 4T12. Sur une base géographique constante, la croissance des produits par hl a progressé de 7,7 % au cours de l'EX12 et de 8,8 % au 4T12.

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 27 février 2013 – 15 / 30



Coûts des Ventes (CdV)

Les Coûts des Ventes ont augmenté de 5,4 % au cours de l'EX12, soit 7,2 % par hl sur une base géographique constante. L'augmentation des CdV est le résultat d'une hausse du coût des matières premières dans la plupart des Zones, d'une main d'œuvre plus chère en Amérique latine Sud, et du portefeuille de marques en Amérique du Nord et en Chine. Au 4T12, les CdV ont augmenté de 8,4%, soit 10,0% par hl sur une base géographique constante, sous l'effet de la hausse du coût des matières premières dans la plupart des Zones et du mix d'emballages défavorable au Brésil et en Chine.

Charges d'exploitation

Les charges d'exploitation totales ont augmenté de 8,6 % au cours de l'EX12 et de 6,7 % au 4T12 :

- La hausse des **frais de distribution** de 8,9 % durant l'EX12 et de 4,3 % au 4T12 s'explique par (i) une augmentation des frais de transport et nos activités supplémentaires de distribution aux Etats-Unis et au Brésil, (ii) le lancement de nos innovations aux Etats-Unis, notamment Bud Light Lime *Lime-A-Rita*, et (iii) une hausse du coût de la main d'œuvre et du coût du transport en Argentine et en Chine. Comme prévu, l'augmentation des frais de distribution a ralenti en cours d'année.
- Les **frais commerciaux et de marketing** ont augmenté de 6,8 % au cours de l'EX12 et de 4,0 % au 4T12, suite à l'accroissement des investissements dans nos marques et nos innovations. La Chine a réalisé des économies au 4T12, suite aux faibles volumes du secteur.
- **Les frais administratifs** ont augmenté de 12,4% au cours de l'EX12, suite aux provisions pour la rémunération variable en hausse dans la plupart des Zones, et aux coûts de l'expansion géographique en Chine, partiellement compensés par la gestion stricte des coûts en Amérique du Nord et en Europe de l'Ouest. Les frais administratifs ont augmenté de 4,7 % au 4T12.
- **Les autres revenus d'exploitation** se chiffrent à 684 millions d'USD pour l'EX12 par rapport à 694 millions d'USD pour l'EX11, et à 227 millions d'USD au 4T12 par rapport à 293 millions d'USD au 4T11.

Eléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT

Tableau 4. Eléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT (millions d'usd)				
	EX11	EX12	4T11	4T12
Charges de restructuration (pertes de valeur incluses)	-351	-36	-128	-20
Cession d'activités et vente d'actifs (pertes de valeur incluses)	78	58	-5	-4
Coûts d'acquisition encourus dans le cadre des regroupements d'entreprises	-5	-54	-1	-19
Impact sur le résultat d'exploitation	- 278	- 32	- 134	- 43

Le bénéfice d'exploitation normalisé ne comprend pas les éléments non-récurrents négatifs de -32 millions d'USD pour l'EX12 et de -43 millions d'USD au 4T12.

Coûts financiers nets

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 27 février 2013 – 16 / 30



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

	EX11	EX12	4T11	4T12
Charges nettes d'intérêts	-2 333	-1 802	- 496	- 453
Charges de désactualisation	- 209	- 270	- 61	- 71
Autres résultats financiers	- 55	- 116	200	- 227
Coûts financiers nets	-2 597	-2 188	- 357	- 751
Ajustement à la valeur de marché	- 246	-	-	-
Charges de désactualisation accélérées	- 77	-	- 14	-
Autres résultats financiers	- 217	- 18	- 36	- 9
Coûts financiers nets non-récurrents	- 540	- 18	- 50	- 9
	-3 137	-2 206	- 407	- 760

Les coûts financiers nets (hors coûts financiers nets non-récurrents) ont totalisé 2 188 millions d'USD durant l'EX12, par rapport à 2 597 millions d'USD à l'EX11. Les coûts financiers nets ont totalisé 751 millions d'USD au 4T12, contre 357 millions d'USD au 4T11.

- La diminution des charges nettes d'intérêt est due à une réduction des niveaux d'endettement net et à la baisse du coupon résultant du refinancement et du remboursement de nos dettes effectués en 2011.
- Les charges de désactualisation de 270 millions d'USD de l'EX12 et de 71 millions d'USD au 4T12 ont augmenté, principalement suite au traitement comptable en normes IFRS pour l'option de vente associée à notre investissement dans Cervecería Nacional Dominicana S.A. en République dominicaine, avec un impact non-cash supplémentaire d'environ 30 millions d'USD par trimestre.
- Les autres résultats financiers s'élèvent à -116 millions d'USD pour l'EX12 par rapport à -55 millions d'USD pour l'EX11, les gains provenant de contrats dérivés liés à nos programmes de paiements fondés sur des actions ayant été largement compensés par les frais de couverture de change et de matières premières principalement, ainsi que par le paiement de frais bancaires et d'impôts dans le cadre de l'activité normale de l'entreprise. Les autres résultats financiers s'élèvent à -227 millions d'USD au 4T12, par rapport à un revenu de 200 millions d'USD au 4T11, et proviennent principalement des pertes non matérialisées sur opérations de change de dettes et emprunts inter-sociétés, des frais de couverture de change et de matières premières, des pertes provenant de contrats dérivés liés à nos programmes de paiement fondés sur des actions et du paiement de frais bancaires et d'impôts sur des opérations financières dans le cadre de l'activité normale de l'entreprise. Etant donné la nature des dettes et emprunts inter-sociétés, les pertes de change sont reprises dans le compte des pertes & profits. Cet impact est compensé économiquement par les gains de change sur les activités à l'étranger, lesquels sont repris dans les fonds propres. Les autres résultats financiers du 4T11 comprenaient 200 millions d'USD de gains provenant de contrats dérivés liés à nos programmes de paiements fondés sur des actions.

Quote-part dans le résultat des entreprises associées

L'EX12 a enregistré une quote-part dans le résultat des entreprises associées de 624 millions d'USD par rapport à 623 millions d'USD pour l'EX11, principalement due aux résultats de Grupo Modelo. La baisse de 161 millions d'USD au 4T11 à 127 millions d'USD au 4T12 s'explique surtout par l'affaiblissement du peso par rapport au dollar américain et par des gains financiers rapportés dans le revenu net de Grupo Modelo au 4T11.

Impôt sur le résultat

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 27 février 2013 – 17 / 30



Tableau 6. Impôts sur le résultat (millions d'USD)

	EX11	EX12	4T11	4T12
Charges d'impôts	1 856	1 717	626	501
Taux d'impôts effectif	20,2%	16,3%	20,8%	17,4%
Taux d'impôts effectif normalisé	20,7%	16,2%	21,5%	17,5%

L'impôt sur le résultat de l'EX12 s'élevait à 1 717 millions d'USD, avec un taux d'imposition effectif de 16,3 %, alors qu'il s'élevait à 1 856 millions d'USD pour l'EX11, avec un taux d'imposition effectif de 20,2 %.

Cette baisse du taux d'imposition effectif est principalement due à un changement du mix de bénéfices au profit des pays affichant des taux marginaux d'imposition inférieurs, à des avantages fiscaux additionnels, à la nature non imposable des gains provenant de certains instruments dérivés liés à la couverture de programmes de paiement fondés sur des actions, ainsi qu'à l'issue favorable de réclamations fiscales et à des postes fiscaux incertains reconnus au cours des années précédentes s'élevant à 203 millions d'USD.

L'impôt sur le résultat au 4T12 s'élevait à 501 millions d'USD, avec un taux d'imposition effectif de 17,4 %, alors qu'il s'élevait au 4T11 à 626 millions d'USD, avec un taux d'imposition effectif de 20,8 %.

Bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires

Le bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires a atteint 2 191 millions d'USD durant l'EX12, soit une hausse par rapport aux 2 104 millions d'USD de l'EX11, l'amélioration des résultats opérationnels d'AmBev ayant été partiellement atténuée par les effets de change. Le bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires s'élevait à 742 millions d'USD au 4T12, soit une hausse par rapport aux 690 millions d'USD du 4T11.

Bénéfice de l'EX12 et du 4T12

Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs de capitaux propres d'AB InBev a augmenté de 12,9 % en termes nominaux, passant de 6 449 millions d'USD à l'EX11 à 7 283 millions d'USD à l'EX12, mais il a baissé de 8,5 % en termes nominaux, passant de 1 959 millions d'USD au 4T11 à 1 792 millions d'USD au 4T12.

La diminution du bénéfice normalisé au 4T12 est surtout imputable aux autres résultats financiers de -227 millions d'USD, qui comprennent principalement des pertes non matérialisées sur opérations de change de dettes et emprunts inter-sociétés, des frais de couverture de change et de matières premières et des pertes de contrats dérivés liés à nos programmes de paiement fondés sur des actions, alors que le 4T11 comprenait un gain de 200 millions d'USD provenant de contrats dérivés liés à nos programmes de paiement fondés sur des actions.

BPA de l'EX12 et du 4T12

Tableau 7. Bénéfice par action (USD)

	EX11	EX12	4T11	4T12
Bénéfice normalisé par action	4,04	4,55	1,23	1,12
Éléments non-récurrents, après impôts, attribuables aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev, par action	-0,11	-0,01	-0,06	-0,01
Coûts financiers nets non-récurrents, après impôts, attribuables aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev, par action	-0,26	-0,01	-0,01	-0,01
Bénéfice de base par action	3,67	4,53	1,16	1,1

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 27 février 2013 – 18 / 30



Le Bénéfice par action normalisé (BPA) a progressé de 12,6%, passant de 4,04 USD pour l'EX11 à 4,55 USD pour l'EX12. Le BPA du 4T12 était de 1,12 USD, par rapport à 1,23 USD au 4T11.

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

Tableau 8 - Reconciliation de l'EBITDA normalisé et bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev (millions d'USD)

	EX11	EX12	4T11	4T12
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	5 855	7 243	1 850	1 756
Intérêts minoritaires	2 104	2 191	690	742
Bénéfice	7 959	9 434	2 540	2 498
Impôts sur le résultat	1 856	1 717	626	501
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	-623	-624	-161	-127
Coûts financiers nets non-récurrents	540	18	50	9
Coûts financiers nets	2 597	2 188	357	751
Éléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT (dépréciations non-récurrentes incluses)	278	32	134	43
Bénéfice d'exploitation (EBIT) avant éléments non-récurrents	12 607	12 765	3 546	3 675
Amortissements et dépréciations	2 750	2 747	691	713
EBITDA normalisé	15 357	15 511	4 237	4 388

Le bénéfice attribuable aux porteurs de capitaux propres d'AB InBev inclut l'impact après impôt d'éléments non-récurrents de -40 millions d'USD pour l'EX12 et de -35 millions d'USD au 4T12. Ces éléments ne sont pas repris dans le calcul du bénéfice normalisé attribuable aux porteurs de capitaux propres.

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

L'EBITDA normalisé est calculé sans tenir compte des effets suivants du bénéfice attribuable aux porteurs de capitaux propres d'AB 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 dépréciations.

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 AB InBev ne peut pas être comparée à celle d'autres sociétés.

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 27 février 2013 – 19 / 30



SITUATION FINANCIERE

Tableau 9. Tableau des flux de trésorerie consolidé (millions d'USD)

	EX11	EX12
Activités opérationnelles		
Bénéfice	7 959	9 434
Intérêts, impôts et éléments non-cash inclus dans le bénéfice	7 420	6 294
Flux de trésorerie d'exploitation avant les changements du fonds de roulement et de l'utilisation des provisions	15 379	15 728
Changement du fonds de roulement	1 409	1 099
Contributions aux plans et utilisation des provisions	-710	-621
Intérêts et impôts (payés)/reçus	-3 998	-3 658
Dividendes reçus	406	720
Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles	12 486	13 268
Activités d'investissement		
Dépenses d'investissement nettes	-3 256	-3 089
Acquisition et cession de filiales, sous déduction de la trésorerie acquise/cédée	- 25	-1 412
Produits nets de cessions d'obligations à court terme	529	-6 702
Autre	21	-138
Flux de trésorerie provenant d'activités d'investissement	-2 731	-11 341
Activités de financement		
Dividendes payés	-3 088	-3 632
(Remboursement)/émissions d'emprunts	-4 558	3 649
Emissions d'actions de capital	155	102
Autre (incluant charges financières nettes autres qu'intérêts)	-1 505	43
Flux de trésorerie provenant des activités de financement	-8 996	162
Augmentation/(diminution) de la trésorerie et équivalents de trésorerie	759	2 089

Situation financière

AB InBev a enregistré une hausse de la trésorerie et des équivalents de trésorerie de 2 089 millions d'USD durant l'EX12, par rapport à une hausse de 759 millions d'USD au cours de l'EX11, comme suit :

- **Les flux de trésorerie provenant des activités d'exploitation** ont progressé de 12 486 millions d'USD à l'EX11 à 13 268 millions d'USD à l'EX12. Cette progression résulte principalement d'une hausse du bénéfice généré en 2012. Les améliorations du fonds de roulement reflètent principalement les résultats de nos initiatives continues concernant les dettes commerciales. En outre, on observe en fin d'année une hausse des dettes commerciales due aux dépenses d'investissement, ces dettes ayant en moyenne des échéances de paiement plus longues.
- **Les liquidités nettes provenant des investissements** sont passées de 2 731 millions d'USD en 2011 à 11 341 millions d'USD en 2012. En 2012, AB InBev a obtenu 7,5 milliards d'USD grâce à l'émission d'obligations non garanties de premier rang et 2,25 milliards d'euros en Euro Medium Term Notes pour soutenir l'acquisition de Modelo. L'excédent de liquidités résultant de ces obligations a été principalement investi dans des obligations à court terme et dans des bons du Trésor américain à court terme en attendant la clôture de l'acquisition de Modelo.
- **Le flux de trésorerie entrant provenant d'activités de financement** s'élevait à 162 millions d'USD à l'EX12, par rapport à un flux de trésorerie sortant de 8 996 millions d'USD à l'EX11. En 2012, AB InBev a émis une série d'obligations et de titres, dont les recettes ont

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 27 février 2013 – 20 / 30



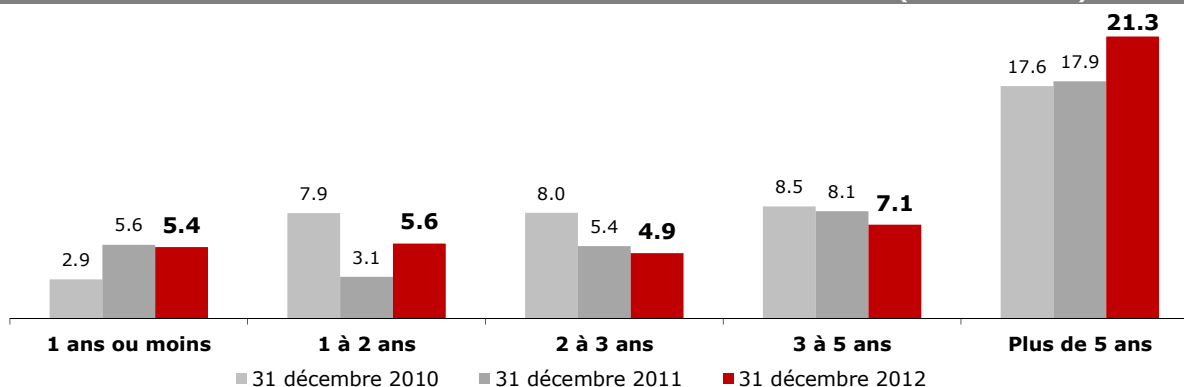
été investies dans des obligations à court terme et dans des bons du Trésor américain à court terme en attendant la finalisation de l'acquisition de Modelo.

L'endettement net au 31 décembre 2012 s'élevait à 30,1 milliards d'USD, soit une baisse de 4,6 milliards d'USD par rapport au 31 décembre 2011. Le rapport endettement net / EBITDA est passé de 2,26x fin 2011 à 1,87x avant activités M&A, et à 1,94x sur une base rapportée au 31 décembre 2012.

La trésorerie, les équivalents de trésorerie et les placements à court terme dans les titres d'emprunt d'AB InBev, moins les découverts bancaires, s'élevaient au 31 décembre 2012 à 13 878 millions d'USD. Au 31 décembre 2012, les liquidités totales de l'entreprise s'élevaient à 35 143 millions d'USD, dont 8 000 millions d'USD disponibles grâce aux facilités de crédit de premier rang de 2010, 165 millions d'USD sous la forme de lignes de crédit à court terme, 13 878 millions d'USD de trésorerie, d'équivalents de trésorerie et de placements à court terme dans des titres d'emprunt, moins les découverts bancaires, et 13 100 millions d'USD de facilités bancaires pour le rapprochement avec Grupo Modelo.

Bien que l'entreprise puisse emprunter ces montants pour combler ses besoins en liquidité, elle compte essentiellement sur les flux de trésorerie provenant d'activités d'exploitation pour financer ses activités permanentes.

Tableau 10. Echancier de remboursement des dettes au 31 décembre 2012 (milliards d'usd)



Le commissaire, PricewaterhouseCoopers Réviseurs d'entreprises scrl représentée par Yves Vandenplas, a publié un rapport non modifié en date du 27 février 2013 concernant les comptes consolidés de la société pour l'exercice clôturé le 31 décembre 2012, et a confirmé que les informations comptables reprises dans le présent communiqué de presse dans les tableaux 3 à 10 concordent, à tous égards importants, avec lesdits comptes dont elles sont extraites.

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 27 février 2013 – 21 / 30



EVENEMENTS RECENTS

Grupo Modelo

Le 29 juin 2012, AB InBev et Grupo Modelo, S.A.B. de C.V. ont annoncé la conclusion d'un accord selon lequel AB InBev fera l'acquisition des parts restantes de Grupo Modelo qu'elle ne possède pas encore, pour un montant de 9,15 USD par action au comptant, dans le cadre d'une transaction estimée à 20,1 milliards d'USD. Ce rapprochement sera finalisé au terme d'une série d'étapes visant à simplifier la structure d'entreprise de Grupo Modelo, suivie par une offre publique d'achat entièrement en numéraire d'AB InBev pour toutes les actions de Grupo Modelo en circulation qu'elle ne possèdera pas à ce moment. Dans le cadre d'une opération connexe, il a été annoncé le 29 juin 2012 que Grupo Modelo vendrait sa participation actuelle de 50 % dans Crown Imports, la joint-venture qui importe et commercialise les marques de Grupo Modelo aux Etats-Unis, à Constellation Brands pour un montant de 1,85 milliard d'USD, cédant ainsi à Constellation Brands la totalité de la propriété et du contrôle de l'entreprise.

Ces opérations sont soumises à des approbations réglementaires aux Etats-Unis, au Mexique et dans d'autres pays, ainsi qu'à d'autres conditions de conclusion habituelles. Le 20 juillet 2012, Grupo Modelo a organisé une assemblée des actionnaires, où la majorité a approuvé les amendements aux statuts de Grupo Modelo et autres mesures nécessaires dans le cadre de l'accord prévoyant l'acquisition par AB InBev des parts restantes de Grupo Modelo.

Le 31 janvier 2013, AB InBev a annoncé que le Ministère de la Justice des Etats-Unis (DOJ) avait intenté une action pour tenter de bloquer le projet de rapprochement entre AB InBev et Grupo Modelo.

Le 14 février 2013, AB InBev et Constellation Brands, Inc. ont annoncé avoir revu l'accord hissant Crown Imports au rang de #3^e producteur et distributeur de bière aux Etats-Unis par la cession de toutes les activités américaines de Grupo Modelo. Par cette transaction, Crown devient filiale à 100% de Constellation, et Constellation obtient des activités brassicoles indépendantes, tous les bénéfices de Modelo sur toutes les ventes américaines, et acquiert les droits perpétuels sur les marques Grupo Modelo distribuées par Crown aux Etats-Unis. Dans le cadre de l'acquisition par AB InBev des 50% de Grupo Modelo qu'elle ne possède pas encore, AB InBev a accepté de vendre Compañía Cervecería de Coahuila, la brasserie dernier cri de Grupo Modelo située à Piedras Negras, Mexique, et d'octroyer à perpétuité les licences de marques à Constellation pour 2,9 milliards d'USD, sous réserve d'un ajustement ultérieur à la conclusion de la transaction. Ce prix a été fixé sur base d'un EBITDA 2012 estimé à 310 millions d'USD provenant de la fabrication et de l'octroi de licences des marques Modelo vendues par la joint-venture Crown, ce qui impliquerait une multiplication par un facteur d'environ 9. La vente de la brasserie, située non loin des frontières du Texas, assurerait à Crown l'indépendance d'approvisionnement et à Constellation la maîtrise complète de la production des marques Modelo produites au Mexique et distribuées par Crown aux Etats-Unis. AB InBev et Constellation Brands ont conclu un contrat de services de trois ans afin d'assurer une transition en douceur pour la brasserie de Piedras Negras, qui est entièrement autonome, qui utilise une technologie de pointe et qui a été construite en vue de pouvoir accroître aisément la capacité de production.

Le 20 février 2013, AB InBev a annoncé qu'elle-même, Grupo Modelo, Constellation Brands et Crown Imports avaient entamé des négociations avec le DOJ pour tenter de résoudre l'action intentée par le DOJ contre le projet de rapprochement d'AB InBev et Grupo Modelo. Dans le cadre de ces négociations, les parties et le DOJ ont convenu de demander conjointement au tribunal de suspendre toutes les poursuites jusqu'au 19 mars 2013 et la Cour de Justice a approuvé la demande pour la suspension des procédures le 22 février 2013. Rien ne garantit que les négociations aboutiront et les transactions restent soumises aux autorisations réglementaires en vigueur aux Etats-Unis et au Mexique et autres conditions de clôture d'usage.

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 27 février 2013 – 22 / 30



Emissions d'obligations en dollars américains

Le 14 janvier 2013, Anheuser-Busch InBev Finance Inc., filiale d'AB InBev, a annoncé avoir finalisé la fixation du prix d'obligations pour un montant total en principal de 4 milliards d'USD, constitués d'obligations à taux fixe d'un montant total en principal de 1 milliard d'USD venant à échéance en 2016, d'obligations à taux fixe d'un montant total en principal de 1 milliard d'USD venant à échéance en 2018, d'obligations à taux fixe d'un montant total en principal de 1,25 milliards d'USD venant à échéance en 2023 et d'obligations à taux fixe d'un montant total en principal de 750 millions d'USD venant à échéance en 2043. Les obligations porteront intérêt à concurrence d'un taux annuel de 0,800 % pour les obligations de 2016, de 1,250 % pour les obligations de 2018, de 2,625 % pour les obligations de 2023 et de 4,000 % pour les obligations de 2043. Les obligations de 2016 viendront à échéance le 15 janvier 2016, les obligations de 2018 le 17 janvier 2018, celles de 2023 le 17 janvier 2023 et celles de 2043 le 17 janvier 2043. L'émission a été clôturée le 17 janvier 2013.

Emissions d'obligations en dollars canadiens

Le 17 janvier 2013, Anheuser-Busch InBev Finance Inc., filiale d'AB InBev, a annoncé avoir fait une offre pour un placement privé de titres d'un montant total en principal de 1,2 milliards de CAD, consistant en obligations d'un montant total en principal de 600 millions de CAD avec un taux d'intérêt fixe de 2,375% par an et arrivant à échéance le 25 janvier 2018, et en obligations d'un montant total en principal de 600 millions de CAD avec un taux d'intérêt fixe de 3,375% par an et arrivant à échéance le 25 janvier 2023. Ces obligations ont seulement été proposées à des investisseurs accrédités domiciliés dans une province du Canada via une notice d'offre datée du 17 janvier 2013. L'émission a été clôturée le 25 janvier 2013.

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 27 février 2013 – 23 / 30



ANNEXES

- Annexe 1: Informations par segment pour l'exercice complet 2012 (EX12)
- Annexe 2 : Informations par segment pour le quatrième trimestre 2012 (4T12)
- Annexe 3 : Base de référence pour l'exercice complet 2012

CONFERENCE TELEPHONIQUE ET WEBDIFFUSION

Conférence téléphonique et webdiffusion pour les investisseurs le mercredi 27 février

à 14h00 Bruxelles / 13h00 Londres / 8h00 New York

Détails concernant l'inscription

Webdiffusion (mode écoute uniquement)

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

Conférence téléphonique (avec Q&R interactives)

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

Mentions légales :

Le présent communiqué de presse contient certaines indications de nature prévisionnelle qui reflètent l'opinion actuelle de la direction d'Anheuser-Busch InBev à propos, notamment, des objectifs stratégiques d'Anheuser-Busch InBev. Ces indications comportent des risques et des incertitudes. L'aptitude d'Anheuser-Busch InBev à atteindre ces objectifs dépend de nombreux facteurs qui sont extérieurs et échappent au contrôle de la direction. 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'Anheuser-Busch InBev à propos d'événements et de circonstances futurs qui peuvent ne pas s'avérer exacts. Les résultats réels peuvent s'écarter substantiellement de ceux prévus dans de telles indications de nature prévisionnelle pour plusieurs raisons, notamment les risques décrits sous le point 3.D du Rapport Annuel d'Anheuser-Busch InBev au format 20-F déposé auprès de la Securities and Exchange Commission des États-Unis le 13 avril 2012. Anheuser-Busch InBev ne peut assurer que les résultats, le niveau d'activité, la performance ou les réalisations futurs d'Anheuser-Busch InBev seront conformes aux attentes reflétées dans les indications de nature prévisionnelle. Anheuser-Busch InBev décline toute obligation de mettre à jour ces déclarations après la publication du présent communiqué de presse.

A propos d'Anheuser-Bush InBev

Anheuser-Bush 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). La société est le brasseur leader au niveau mondial et l'une des cinq plus grandes sociétés de biens de consommation au monde. La bière, premier réseau social, rassemble les gens depuis des milliers d'années et notre portefeuille de plus de 200 marques de bières continue de tisser des liens forts avec les consommateurs. Nous investissons la majorité de nos ressources dédiées au développement des marques dans nos marques prioritaires – à savoir celles qui ont le plus grand potentiel de croissance, comme les marques mondiales Budweiser®, Stella Artois® et Beck's®, ainsi que Leffe®, Hoegaarden®, Bud Light®, Skol®, Brahma®, Antarctica®, Quilmes®, Michelob Ultra®, Harbin®, Sedrin®, Klinskoye®, Sibirskaia Korona®, Chernigivske®, Hasseröder® et Jupiler®. 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 à 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 remontent à 1852, à St. Louis aux États-Unis. Géographiquement diversifiée avec une exposition équilibrée sur les marchés émergents et développés, AB InBev emploie les forces collectives de ses quelque 118.000 collaborateurs basés dans 23 pays du monde entier. En 2012, AB InBev a réalisé des produits de 39,8 milliards d'USD. La société aspire à être la *Meilleure Entreprise Brassicole dans un Monde Meilleur*. Pour plus d'informations, consultez notre site internet : www.ab-inbev.com.

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 27 février 2013 – 24 / 30



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

Laura Vallis

Tél. : +1-212-573-9283

E-mail : laura.vallis@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

Christina Caspersen

Tél. : +1-212-573-4376

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

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 27 février 2013 – 25 / 30



Annexe 1						
AB InBev au niveau mondial	EX11	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX12	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	399 365	2 128	-	1 138	402 631	0.3%
dont volumes de nos propres bières	349 818	2 734	-	370	352 921	0.1%
Produits	39 046	312	-2 421	2 821	39 758	7.2%
Coûts des ventes	-16 634	302	762	-877	-16 447	-5.4%
Marge brute	22 412	614	-1 659	1 944	23 311	8.5%
Frais de distribution	-3 313	-423	279	-329	-3 785	-8.9%
Frais commerciaux et de marketing	-5 143	-50	286	-352	-5 258	-6.8%
Frais administratifs	-2 043	-41	151	-254	-2 187	-12.4%
Autres produits/(charges) d'exploitation	694	4	-73	58	684	8.3%
EBIT normalisé	12 607	105	-1 015	1 068	12 765	8.5%
EBITDA normalisé	15 357	144	-1 176	1 186	15 511	7.7%
Marge EBITDA normalisée	39.3%				39.0%	18 bp
Amérique du Nord	EX11	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX12	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	124 899	-547	-	787	125 139	0.6%
Produits	15 304	-19	-40	783	16 028	5.1%
Coûts des ventes	-6 726	417	9	-336	-6 637	-5.3%
Marge brute	8 578	397	-31	447	9 391	5.0%
Frais de distribution	-807	-396	7	-121	-1 317	-10.1%
Frais commerciaux et de marketing	-1 640	-3	5	-160	-1 798	-9.7%
Frais administratifs	-475	-1	1	16	-458	3.4%
Autres produits/(charges) d'exploitation	54	-1	-	11	64	21.5%
EBIT normalisé	5 710	-4	-18	194	5 881	3.4%
EBITDA normalisé	6 573	-4	-19	156	6 706	2.4%
Marge EBITDA normalisée	42.9%				41.8%	-113 bp
Amérique latine Nord	EX11	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX12	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	120 340	2 312	-	3 535	126 187	3.0%
Produits	11 524	347	-1 860	1 444	11 455	12.6%
Coûts des ventes	-3 738	-129	567	-350	-3 650	-9.4%
Marge brute	7 786	218	-1 293	1 094	7 805	14.1%
Frais de distribution	-1 332	-25	210	-164	-1 311	-12.4%
Frais commerciaux et de marketing	-1 263	-44	194	-132	-1 245	-10.4%
Frais administratifs	-535	-38	91	-119	-600	-22.0%
Autres produits/(charges) d'exploitation	462	3	-73	34	426	7.3%
EBIT normalisé	5 118	114	-872	714	5 074	14.0%
EBITDA normalisé	5 814	149	-985	822	5 801	14.2%
Marge EBITDA normalisée	50.5%				50.6%	72 bp
Amérique latine Sud	EX11	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX12	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	34 565	-	-	-273	34 292	-0.8%
Produits	2 704	-	-218	537	3 023	19.9%
Coûts des ventes	-1 040	-	84	-159	-1 114	-15.3%
Marge brute	1 664	-	-134	378	1 908	22.7%
Frais de distribution	-227	-	22	-57	-263	-25.3%
Frais commerciaux et de marketing	-272	-	22	-46	-296	-16.8%
Frais administratifs	-85	-	6	-13	-93	-15.1%
Autres produits/(charges) d'exploitation	1	-	-	3	4	228.2%
EBIT normalisé	1 081	-	-85	265	1 261	24.5%
EBITDA normalisé	1 254	-	-97	274	1 432	21.9%
Marge EBITDA normalisée	46.4%				47.4%	78 bp

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 27 février 2013 – 26 / 30



Annexe 1						
Europe de l'Ouest	EX11	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX12	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	30 887	-65	-	-1 291	29 531	-4.2%
dont volumes de nos propres bières	28 859	-65	-	-1 010	27 784	-3.5%
Produits	3 945	-7	-257	-56	3 625	-1.4%
Coûts des ventes	-1 652	3	101	-1	-1 550	-0.1%
Marge brute	2 293	-4	-157	-57	2 075	-2.5%
Frais de distribution	-409	1	27	17	-364	4.1%
Frais commerciaux et de marketing	-760	-	47	63	-649	8.3%
Frais administratifs	-305	-	24	15	-267	4.9%
Autres produits/(charges) d'exploitation	37	-	-	-13	24	-35.3%
EBIT normalisé	856	-3	-59	25	819	2.9%
EBITDA normalisé	1 225	-3	-84	17	1 155	1.4%
Marge EBITDA normalisée	31.0%				31.9%	89 bp
Europe centrale et de l'Est	EX11	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX12	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	25 690	-	-	-2 904	22 785	-11.3%
Produits	1 755	-	-90	2	1 668	0.1%
Coûts des ventes	-984	-	46	25	-914	2.5%
Marge brute	771	-	-44	27	754	3.5%
Frais de distribution	-224	-	11	29	-184	12.9%
Frais commerciaux et de marketing	-420	-	24	-4	-400	-0.9%
Frais administratifs	-108	-	7	-13	-113	-11.6%
Autres produits/(charges) d'exploitation	2	-	-	3	5	-
EBIT normalisé	21	-	-2	42	62	-
EBITDA normalisé	225	-	-11	43	257	19.0%
Marge EBITDA normalisée	12.8%				15.4%	241 bp
Asie-Pacifique	EX11	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX12	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	55 980	645	-	1 042	57 667	1.9%
Produits	2 317	19	61	294	2 690	12.7%
Coûts des ventes	-1 319	-15	-34	-197	-1 565	-15.0%
Marge brute	998	3	27	97	1 125	9.7%
Frais de distribution	-193	-3	-5	-34	-235	-17.5%
Frais commerciaux et de marketing	-588	-3	-16	-63	-670	-10.7%
Frais administratifs	-221	-2	-6	-46	-274	-20.7%
Autres produits/(charges) d'exploitation	90	1	3	28	121	30.6%
EBIT normalisé	86	-4	3	-18	67	-21.0%
EBITDA normalisé	356	-	10	29	396	8.2%
Marge EBITDA normalisée	15.4%				14.7%	-62 bp
Exportation Globales et Sociétés Holding	EX11	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX12	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl's)	7 004	-217	-	243	7 030	3.6%
Produits	1 496	-28	-15	-184	1 270	-12.5%
Coûts des ventes	-1 174	27	-12	142	-1 018	12.3%
Marge brute	322	-1	-26	-42	252	-13.1%
Frais de distribution	-120	-	7	2	-111	1.6%
Frais commerciaux et de marketing	-200	1	10	-11	-200	-5.4%
Frais administratifs	-314	-	28	-95	-382	-30.4%
Autres produits/(charges) d'exploitation	48	1	-1	-8	40	-15.7%
EBIT normalisé	-264	1	17	-154	-400	-58.4%
EBITDA normalisé	-90	1	10	-155	-234	-

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 27 février 2013 – 27 / 30



Annexe 2						
AB InBev au niveau mondial	4T11	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T12	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	99 467	715	-	-84	100 098	-0,1%
dont volumes de nos propres bières	85 299	746	-	-219	85 826	-0,3%
Produits	9 873	137	-591	868	10 287	8,8%
Coûts des ventes	-4 013	68	167	-328	-4 106	-8,4%
Marge brute	5 860	205	-425	541	6 181	9,1%
Frais de distribution	-838	-110	56	-40	-932	-4,3%
Frais commerciaux et de marketing	-1 215	-24	48	-48	-1 239	-4,0%
Frais administratifs	-554	-10	28	-26	-562	-4,7%
Autres produits/(charges) d'exploitation	293	2	-21	47	227	-15,8%
EBIT normalisé	3 546	63	-314	379	3 675	10,7%
EBITDA normalisé	4 237	75	-344	420	4 388	9,9%
Marge EBITDA normalisée	42,9%				42,7%	44 bp
Amérique du Nord	4T11	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T12	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	28 005	37	-	622	28 664	2,2%
Produits	3 513	8	13	225	3 759	6,4%
Coûts des ventes	-1 548	95	-3	-126	-1 581	-8,7%
Marge brute	1 965	103	10	99	2 178	4,8%
Frais de distribution	-201	-99	-2	-5	-309	-1,8%
Frais commerciaux et de marketing	-384	-1	-2	-41	-428	-10,7%
Frais administratifs	-90	-	-	-11	-101	-12,4%
Autres produits/(charges) d'exploitation	17	-1	-	1	17	7,2%
EBIT normalisé	1 307	2	6	43	1 357	3,3%
EBITDA normalisé	1 522	2	6	42	1 572	2,7%
Marge EBITDA normalisée	43,3%				41,8%	-150 bp
Amérique latine Nord	4T11	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T12	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	35 130	767	-	1 206	37 103	3,5%
Produits	3 330	138	-504	470	3 435	14,2%
Coûts des ventes	-976	-35	141	-145	-1 016	-15,0%
Marge brute	2 354	103	-363	325	2 419	13,9%
Frais de distribution	-355	-10	48	-21	-339	-6,1%
Frais commerciaux et de marketing	-285	-23	39	-28	-296	-10,0%
Frais administratifs	-158	-10	16	25	-127	15,9%
Autres produits/(charges) d'exploitation	175	2	-21	-19	136	-10,8%
EBIT normalisé	1 731	61	-282	282	1 792	16,3%
EBITDA normalisé	1 903	73	-306	303	1 973	15,9%
Marge EBITDA normalisée	57,2%				57,5%	87 bp
Amérique latine Sud	4T11	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T12	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	10 748	-	-	-342	10 407	-3,2%
Produits	889	-	-79	182	992	20,5%
Coûts des ventes	-318	-	27	-35	-326	-10,9%
Marge brute	571	-	-52	148	666	25,9%
Frais de distribution	-72	-	8	-17	-81	-23,3%
Frais commerciaux et de marketing	-68	-	6	-12	-74	-17,7%
Frais administratifs	-28	-	2	2	-24	6,7%
Autres produits/(charges) d'exploitation	7	-	-1	-	6	-
EBIT normalisé	410	-	-37	120	493	29,4%
EBITDA normalisé	455	-	-41	127	541	28,0%
Marge EBITDA normalisée	51,2%				54,5%	317 bp

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 27 février 2013 – 28 / 30



Annexe 2						
Europe de l'Ouest	4T11	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T12	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	7 585	-	-	-290	7 295	-3,8%
dont volumes de nos propres bières	7 146	-	-	-268	6 878	-3,8%
Produits	924	-	-28	11	907	1,2%
Coûts des ventes	-374	-	10	-25	-389	-6,6%
Marge brute	550	-	-18	-14	518	-2,5%
Frais de distribution	-93	-	3	6	-84	6,6%
Frais commerciaux et de marketing	-170	-	5	16	-149	9,3%
Frais administratifs	-84	-	3	12	-69	14,6%
Autres produits/(charges) d'exploitation	18	-	-	-7	11	-39,6%
EBIT normalisé	221	-	-8	13	226	5,9%
EBITDA normalisé	309	-	-11	13	311	4,2%
Marge EBITDA normalisée	33,4%				34,3%	102 bp
Europe centrale et de l'Est	4T11	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T12	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	5 485	-	-	-542	4 943	-9,9%
Produits	384	-	-	-10	375	-2,5%
Coûts des ventes	-216	-	-	5	-211	2,4%
Marge brute	168	-	-	-4	164	-2,6%
Frais de distribution	-43	-	-	4	-39	9,9%
Frais commerciaux et de marketing	-101	-	1	-4	-105	-4,2%
Frais administratifs	-37	-	-	-	-37	-0,5%
Autres produits/(charges) d'exploitation	2	-	-	-2	-	-95,3%
EBIT normalisé	-11	-	1	-7	-17	-60,2%
EBITDA normalisé	42	-	1	-11	32	-26,3%
Marge EBITDA normalisée	11,0%				8,6%	-269 bp
Asie-Pacifique	4T11	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T12	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	10 714	-	-	-852	9 862	-8,0%
Produits	493	-	9	23	525	4,7%
Coûts des ventes	-301	-	-6	-40	-347	-13,3%
Marge brute	192	-	3	-17	178	-8,9%
Frais de distribution	-50	-	-1	-	-51	-0,2%
Frais commerciaux et de marketing	-146	-	-2	9	-140	6,3%
Frais administratifs	-63	-	-2	-22	-86	-34,5%
Autres produits/(charges) d'exploitation	58	-	1	-10	49	-17,6%
EBIT normalisé	-9	-	-1	-40	-50	-437,3%
EBITDA normalisé	65	-	1	-21	44	-32,5%
Marge EBITDA normalisée	13,2%				8,5%	-468 bp
Exportation Globales et Sociétés Holding	4T11	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T12	Croissance interne
Volumes totaux (milliers d'hl)	1 800	-89	-	113	1 824	6,6%
Produits	340	-9	-2	-34	295	-10,3%
Coûts des ventes	-280	8	-3	38	-237	13,8%
Marge brute	60	-1	-5	3	58	5,9%
Frais de distribution	-23	-	1	-7	-29	-31,1%
Frais commerciaux et de marketing	-61	-	2	12	-47	20,3%
Frais administratifs	-94	-	9	-33	-117	-34,6%
Autres produits/(charges) d'exploitation	16	1	-	-9	8	-52,2%
EBIT normalisé	-102	-	8	-33	-127	-31,8%
EBITDA normalisé	-60	-	6	-32	-85	-

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 27 février 2013 – 29 / 30



Annexe 3					
AB InBev au niveau mondial	1T 2012 Base de Référence	2T 2012 Base de Référence	3T 2012 Base de Référence	4T 2012 Base de Référence	2012 Base de Référence
Volumes totaux (milliers d'hl's)	93 178	101 678	107 677	100 098	402 631
Produits	9 332	9 871	10 268	10 287	39 758
Coûts des ventes	-3 849	-4 203	-4 270	-4 101	-16 422
Marge brute	5 483	5 668	5 998	6 187	23 336
Frais de distribution	-941	-966	-947	-933	-3 787
Frais commerciaux et de marketing	-1 265	-1 416	-1 335	-1 238	-5 254
Frais administratifs	-512	-522	-600	-565	-2 199
Autres produits/(charges) d'exploitation	125	145	186	227	684
EBIT normalisé	2 890	2 909	3 302	3 679	12 779
EBITDA normalisé	3 555	3 598	3 981	4 392	15 525
Marge EBITDA normalisée	38,1%	36,4%	38,8%	42,7%	39,0%

Amérique du Nord	1T 2012 Base de Référence	2T 2012 Base de Référence	3T 2012 Base de Référence	4T 2012 Base de Référence	2012 Base de Référence
Volumes totaux (milliers d'hl's)	29 778	32 898	33 799	28 664	125 139
Produits	3 731	4 222	4 315	3 759	16 028
Coûts des ventes	-1 533	-1 733	-1 774	-1 576	-6 615
Marge brute	2 198	2 489	2 541	2 183	9 412
Frais de distribution	-316	-348	-346	-309	-1 319
Frais commerciaux et de marketing	-422	-473	-472	-427	-1 794
Frais administratifs	-120	-116	-117	-100	-452
Autres produits/(charges) d'exploitation	11	170	18	17	64
EBIT normalisé	1 352	1 570	1 624	1 365	5 911
EBITDA normalisé	1 552	1 776	1 828	1 579	6 735
Marge EBITDA normalisée	41,6%	42,1%	42,4%	42,0%	42,0%

Amérique latine Nord	1T 2012 Base de Référence	2T 2012 Base de Référence	3T 2012 Base de Référence	4T 2012 Base de Référence	2012 Base de Référence
Volumes totaux (milliers d'hl's)	29 411	27 135	29 674	36 163	122 382
Produits	2 808	2 392	2 680	3 388	11 268
Coûts des ventes	-880	-798	-863	-979	-3 519
Marge brute	1 928	1 594	1 817	2 410	7 748
Frais de distribution	-347	-306	-291	-333	-1 277
Frais commerciaux et de marketing	-317	-315	-285	-288	-1 204
Frais administratifs	-134	-139	-211	-128	-612
Autres produits/(charges) d'exploitation	84	88	118	136	426
EBIT normalisé	1 214	922	1 148	1 797	5 081
EBITDA normalisé	1 383	1 103	1 329	1 972	5 787
Marge EBITDA normalisée	49,3%	46,1%	49,6%	58,2%	51,4%

Amérique latine Sud	1T 2012 Base de Référence	2T 2012 Base de Référence	3T 2012 Base de Référence	4T 2012 Base de Référence	2012 Base de Référence
Volumes totaux (milliers d'hl's)	10 945	7 611	8 192	11 348	38 097
Produits	871	606	694	1 039	3 209
Coûts des ventes	-330	-271	-280	-363	-1 244
Marge brute	541	335	413	676	1 966
Frais de distribution	-79	-61	-70	-87	-296
Frais commerciaux et de marketing	-87	-82	-85	-83	-336
Frais administratifs	-25	-25	-29	-30	-108
Autres produits/(charges) d'exploitation	-5	-3	5	6	4
EBIT normalisé	346	165	235	483	1 228
EBITDA normalisé	392	212	278	536	1 419
Marge EBITDA normalisée	45,0%	35,0%	40,1%	51,6%	44,2%

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 27 février 2013 – 30 / 30



Annexe 3					
Europe de l'Ouest	1T 2012	2T 2012	3T 2012	4T 2012	2012
	Base de	Base de	Base de	Base de	Base de
	Référence	Référence	Référence	Référence	Référence
Volumes totaux (milliers d'hl's)	6 198	8 175	7 863	7 295	29 531
Produits	757	1 006	955	907	3 625
Coûts des ventes	-338	-422	-401	-389	-1 550
Marge brute	419	585	554	518	2 075
Frais de distribution	-87	-101	-92	-84	-364
Frais commerciaux et de marketing	-156	-182	-163	-149	-650
Frais administratifs	-69	-58	-63	-67	-257
Autres produits/(charges) d'exploitation	3	4	7	11	24
EBIT normalisé	110	248	242	228	828
EBITDA normalisé	194	333	323	313	1 163
Marge EBITDA normalisée	25,6%	33,1%	33,9%	34,5%	32,1%
Europe centrale et de l'Est	1T 2012	2T 2012	3T 2012	4T 2012	2012
	Base de	Base de	Base de	Base de	Base de
	Référence	Référence	Référence	Référence	Référence
Volumes totaux (milliers d'hl's)	4 322	6 973	6 547	4 943	22 785
Produits	305	521	467	375	1 668
Coûts des ventes	-181	-274	-248	-211	-914
Marge brute	124	247	219	164	754
Frais de distribution	-41	-58	-47	-39	-184
Frais commerciaux et de marketing	-87	-121	-87	-105	-400
Frais administratifs	-27	-24	-26	-37	-113
Autres produits/(charges) d'exploitation	-2	4	3	0	5
EBIT normalisé	-33	48	63	-17	62
EBITDA normalisé	16	99	110	32	257
Marge EBITDA normalisée	5,1%	18,9%	23,6%	8,6%	15,4%
Asie-Pacifique	1T 2012	2T 2012	3T 2012	4T 2012	2012
	Base de	Base de	Base de	Base de	Base de
	Référence	Référence	Référence	Référence	Référence
Volumes totaux (milliers d'hl's)	10 914	17 113	19 779	9 862	57 667
Produits	538	768	859	525	2 690
Coûts des ventes	-326	-423	-468	-347	-1 565
Marge brute	212	345	391	178	1 125
Frais de distribution	-45	-65	-73	-51	-235
Frais commerciaux et de marketing	-139	-198	-194	-140	-670
Frais administratifs	-57	-65	-67	-86	-274
Autres produits/(charges) d'exploitation	25	22	25	49	121
EBIT normalisé	-4	38	83	-50	67
EBITDA normalisé	71	117	164	44	396
Marge EBITDA normalisée	13,1%	15,2%	19,0%	8,5%	14,7%
Exportation Globales et Sociétés Holding	1T 2012	2T 2012	3T 2012	4T 2012	2012
	Base de	Base de	Base de	Base de	Base de
	Référence	Référence	Référence	Référence	Référence
Volumes totaux (milliers d'hl's)	1 611	1 773	1 823	1 824	7 030
Produits	322	355	298	295	1 270
Coûts des ventes	-260	-282	-236	-236	-1 015
Marge brute	62	73	62	58	255
Frais de distribution	-27	-28	-28	-29	-111
Frais commerciaux et de marketing	-57	-46	-50	-47	-200
Frais administratifs	-81	-96	-87	-117	-382
Autres produits/(charges) d'exploitation	9	12	11	8	40
EBIT normalisé	-95	-84	-92	-127	-398
EBITDA normalisé	-53	-42	-52	-85	-231