

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

Anheuser-Busch InBev publiceert resultaten voor het eerste kwartaal van 2013

HOOGTEPUNTEN

Tenzij anders aangegeven, zijn onderstaande toelichtingen gebaseerd op interne groeicijfers en verwijzen ze naar 1Q13 vergeleken met dezelfde periode vorig jaar. Zie pagina 2/3 voor belangrijke disclaimers.

- **Opbrengstengroei:** De totale opbrengsten stegen met 1,5% in 1Q13, en de opbrengsten per hl kenden een sterke groei van 5,8% onder invloed van onze initiatieven inzake opbrengstenbeheer en de premiumisatie van ons merkenportfolio op onze sleutelmarkten. Bij een constante geografische basis stegen de opbrengsten per hl met 6,9%.
- **Volumeprestaties:** De volumes kwamen in 1Q13 onder druk te staan. Het totale volume nam met 4,1% af, waarbij het volume eigen bieren met 4,0% afnam en het volume niet-bieren met 4,8% daalde. De biervolumes in Brazilië namen met 8,2% af wegens de vroegere timing van Carnaval, slechtere weersomstandigheden, een zwakkere groei van het beschikbaar inkomen en hoge inflatie van de voedselprijzen. De bierverkoop aan groothandelaars (VAG) in de VS daalde met 5,2%, en de verkoop aan kleinhandelaars (VAK), gecorrigeerd voor het aantal verkoopdagen, nam met 4,1% af onder invloed van moeilijk vergelijkbare cijfers wegens de weersomstandigheden en tijdelijke druk op het beschikbaar consumenteninkomen. De volumes in China groeiden met 15,5% met goede prestaties van onze nationale merken Budweiser en Harbin, versterkt door succesvolle campagnes rond het Chinese Nieuwjaar.
- **Belangrijkste Merken ("Focus Brands"):** In 1Q13 daalde het volume Belangrijkste Merken met 2,9%. Niettemin kenden onze drie wereldwijde merken Budweiser, Stella Artois en Beck's een groei met 4,7% waarbij de wereldwijde volumes Budweiser met 8,4% toenamen dankzij goede resultaten in China, Brazilië, Rusland en Oekraïne.
- **Kostprijs Verkochte Goederen:** De Kostprijs Verkochte Goederen (KVG) nam met 3,8% toe, of met 8,6% per hl, ten gevolge van hogere kostprijzen van de basisproducten, vooral in LAN, LAS en APAC, en de impact van de verminderde spreiding van de vaste kosten. Bij een constante geografische basis steeg de KVG per hl met 9,0%.
- **EBITDA:** De EBITDA kende een stijging met 0,9% in 1Q13 en de EBITDA-marge daalde met 22 basispunten tot 37,4%.
- **Netto financiële kosten:** De netto financiële kosten (exclusief eenmalige netto financiële kosten) bedroegen 255 miljoen USD in 1Q13, vergeleken met 422 miljoen USD in 1Q12. De daling van de netto financiële kosten in 1Q13 is vooral het gevolg van opbrengsten door aanpassingen aan marktwaarde van 402 miljoen USD verbonden met de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's, die in overige financiële resultaten worden gerapporteerd.
- De **eenmalige netto financiële opbrengsten** bedroegen 223 miljoen USD en waren vooral het gevolg van winsten op het vlak van aanpassingen aan marktwaarde die voortvloeiden uit de voorafgaande afdekking van 71% van het risico op aandelenkoersschommelingen met betrekking tot de aandelen die aan bepaalde aandeelhouders van Grupo Modelo binnen vijf jaar zullen bezorgd worden als onderdeel van de transactie inzake de combinatie met Grupo Modelo die op 29 juni 2012 aangekondigd werd.
- **Belastingen:** In 1Q13 bedroegen de belastingen 333 miljoen USD met een effectieve aanslagvoet van 12,4% tegenover 427 miljoen USD aan belastingen in 1Q12 met een

PERSBERICHT

Brussel, 30 april 2013 – 2 / 19



effectieve aanslagvoet van 17,1%. De daling van de effectieve aanslagvoet is vooral het gevolg van de niet-belastbare aard van winsten uit de eerder vermelde afdekkingen inzake ons risico op aandelenkoersschommelingen, een verschuiving in de samenstelling van de winst naar landen met een lagere marginale aanslagvoet, alsook bijkomende belastingvoordelen.

- **Winst:** De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev kende een nominale stijging met 12,2% tot 1 853 miljoen USD in 1Q13 vergeleken met 1 651 miljoen USD in 1Q12, wegens lagere netto financiële kosten en een lagere effectieve aanslagvoet.
- **Winst per aandeel (WPA):** De genormaliseerde winst per aandeel (WPA) steeg met 12,6% van 1,03 USD in 1Q12 tot 1,16 USD op nominale basis.

Tabel 1. Geconsolideerde resultaten (miljoen USD)

	1Q12	1Q13	Interne groei
Volumes (duizend hls)	93 178	89 963	-4,1%
AB InBev eigen bieren	80 697	78 042	-4,0%
Niet-biervolumes	12 030	11 482	-4,8%
Producten van derden	451	439	-5,0%
Opbrengsten	9 332	9 169	1,5%
Brutowinst	5 483	5 265	-0,2%
Genormaliseerde EBITDA	3 555	3 430	0,9%
Genormaliseerde EBIT	2 890	2 751	0,1%
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 651	1 853	
Winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 666	2 051	
Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten) (USD)	1,03	1,16	
Winst per aandeel (USD)	1,04	1,28	
Marges			
Brutomarge	58,8%	57,4%	-96 bp
Genormaliseerde EBITDA-marge	38,1%	37,4%	-22 bp
Genormaliseerde EBIT-marge	31,0%	30,0%	-41 bp

De gerapporteerde cijfers van AB InBev voor 1Q13 en 1Q12 zijn gebaseerd op de niet-geauditeerde geconsolideerde tussentijdse financiële staten, opgesteld in overeenstemming met IFRS. Tenzij anders vermeld, zijn de cijfers gepresenteerd in miljoen USD.

Teneinde het inzicht in de onderliggende prestaties van AB InBev te vergemakkelijken, steunen de groeianalyses, inclusief alle toelichtingen in dit persbericht, en behoudens andersluidende vermelding, op interne en genormaliseerde groeicijfers. Met andere woorden, in de analyse van de cijfers wordt geen rekening gehouden met de impact van wijzigingen in de wisselkoersen op de omrekening van buitenlandse activiteiten, noch met scopes. Scopes vertegenwoordigen de impact van overnames en desinvesteringen, de opstart of beëindiging van activiteiten of de transfer van activiteiten tussen segmenten, winsten en verliezen uit hoofde van inperking of beëindiging van een regeling en jaar-op-jaar veranderingen in boekhoudkundige schattingen en andere veronderstellingen waarvan het management oordeelt dat ze geen onderdeel vormen van de onderliggende prestaties van de onderneming.

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

Telkens wanneer er in dit document sprake is van prestatie-indicatoren (EBITDA, EBIT, winst, aanslagvoet, winst per aandeel), worden zij gerapporteerd op een 'genormaliseerde' basis, wat betekent dat ze gerapporteerd worden vóór eenmalige elementen. Eenmalige elementen zijn ofwel opbrengsten ofwel kosten die zich niet regelmatig voordoen als onderdeel van de normale activiteiten van de onderneming. Ze worden afzonderlijk meegedeeld aangezien ze belangrijk zijn voor een goed begrip van de onderliggende duurzame prestaties van de onderneming omwille van hun omvang of aard. Genormaliseerde cijfers zijn aanvullende cijfers gebruikt door het management en mogen niet dienen ter

PERSBERICHT

Brussel, 30 april 2013 – 3 / 19



vervanging van de cijfers bepaald in overeenstemming met IFRS als indicator van de prestatie van de onderneming. De optelling van cijfers in de tabellen en bijlagen kan soms leiden tot afrondingsverschillen.

De herwerkte IFRS-norm "IAS 19 Personeelsbeloningen" is van kracht sinds 1 januari 2013. Conform de bijgewerkte norm stelt AB InBev de netto-interestkosten voor pensioenen als een onderdeel van de netto financiële kosten voor. IAS 19 Personeelsbeloningen vereist een toepassing met terugwerkende kracht. Bijgevolg hebben we de vergelijkende cijfers voor 2012 aangepast net alsof de gereviseerde norm IAS 19 altijd al van toepassing geweest is.

Met ingang van 1 januari 2013 hebben we de beheersverantwoordelijkheid voor Ecuador en Peru overgedragen aan Latijns-Amerika Zuid. Deze landen behoorden vroeger tot de zone Latijns-Amerika Noord. De resultaten van Latijns-Amerika Zuid en Latijns-Amerika Noord voor 2012 zijn al aangepast voor vergelijkende doeleinden.

De winst per aandeel voor 1Q13 is gebaseerd op een gewogen gemiddelde van 1 602 miljoen aandelen, vergeleken met 1 598 miljoen aandelen voor 1Q12.

COMMENTAAR VAN HET MANAGEMENT

De totale opbrengsten stegen met 1,5% in 1Q13 onder invloed van de groei van de opbrengsten per hl met 5,8% ten gevolge van een gunstige merkenmix en onze initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer. Deze sterke resultaten op het vlak van de prijs en de mix hebben geholpen om uitdagende volumeprestaties te compenseren in het kwartaal, dat gekenmerkt werd door een daling van ons volume eigen bieren met 4,0%.

In 1Q13 daalden de biervolumes in Brazilië met 8,2%. Vooral de volumes in Brazilië in maart waren uitdagender dan verwacht met een geschatte daling van de sectorvolumes van 15 à 20% tijdens de maand. De volumetrends in april zijn veel verbeterd vergeleken met maart met een naar schatting gemiddelde eencijferige daling van de sectorvolumes in de maand. We geloven dat de daling van de sectorvolumes in 1Q13 te wijten was aan de vroegere timing van Carnaval en slechtere weersomstandigheden, twee factoren die we reeds aangestipt hadden bij de publicatie van onze resultaten voor FY12 eind februari. We geloven echter dat de consumptie ook negatief beïnvloed werd door de hoge inflatie van de voedselprijzen en de vertraging van de groei van het beschikbaar inkomen. Het hielp ook niet dat we in dit klimaat genooddaakt waren om onze prijsstijgingen in reële termen door te voeren om zo de accijnsstijging van oktober 2012 te compenseren. We verwachten dat deze factoren op korte termijn druk zullen blijven uitoefenen op de volumes. Daarom passen we onze vooruitzichten op het vlak van volumegroei in Brazilië aan en verwachten we nu dat het volume van de biersector in FY13 ofwel stabiel zal blijven ofwel een lage eencijferige daling zal kennen ten opzichte van FY12.

Het budget van de consument blijft op korte termijn onder druk staan in Brazilië en bijgevolg pasten we onze commerciële plannen aan. Zo maken we optimaal gebruik van onze marktprogramma's en strategieën op het vlak van verpakkingprijs die reeds in het verleden met succes aangewend werden om de vraag te doen stijgen en de consumptiegelegenheden uit te breiden. We hebben ook onze focus op initiatieven op het vlak van productiviteit en kostenefficiëntie versterkt om onze EBITDA-resultaten verder te ondersteunen.

We hebben vertrouwen in het potentieel van onze merken op lange termijn en blijven zelfs in een moeilijk kwartaal in deze investeren. Zo stegen onze verkoop- en marketinginvesteringen met 3,5% vergeleken met 1Q12, ondanks volumegerelateerde dalingen van de verkoopkosten. De geconsolideerde EBITDA groeide met 0,9% in 1Q13 tegenover dezelfde periode vorig jaar.

De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev steeg met 12,2% vergeleken met 1Q12 ten gevolge van opbrengsten binnen overige financiële resultaten en lagere belastingen. De genormaliseerde winst per aandeel steeg met 12,6% van 1,03 USD in 1Q12 tot 1,16 USD.

PERSBERICHT

Brussel, 30 april 2013 – 4 / 19



Prestaties op onze drie belangrijkste markten:

In de **Verenigde Staten**:

Volume

- We schatten dat de leveringen aan kleinhandelaars (VAK) voor de sector, gecorrigeerd voor het aantal verkoopdagen, met 3,0% afnamen in 1Q13 wegens moeilijk vergelijkbare cijfers voor 1Q12, toen de sector een groei van 1,3% kende. Onze eigen leveringen aan kleinhandelaars (VAK), gecorrigeerd voor het aantal verkoopdagen, daalden met 4,1% tegenover een solide groei in 1Q12 met 1,0%. De volumeprestaties in het kwartaal werden negatief beïnvloed door tijdelijke druk op het beschikbaar consumenteninkomen, gestegen benzineprijzen en moeilijk vergelijkbare cijfers wegens de weeromstandigheden, waarbij er in vele delen van het land sprake was van negatieve temperatuurverschillen van meer dan 10°C/20°F vergeleken met 1Q12.
- Op gerapporteerde basis daalde onze leveringen aan groothandelaars (VAG) met 5,2% in 1Q13, waarbij het verschil qua daling tussen de VAK en de VAG te wijten is aan het feit dat 1Q13 een verkoopdag minder telde.

Opbrengstenbeheer

- De Amerikaanse bieropbrengsten per hl bleven het goed doen met een groei van 4,0% in het kwartaal. Deze groei was het gevolg van het overgedragen voordeel van de prijsverhoging uit 4Q12 alsook van een bijdrage van de merkenmix van ongeveer 150 basispunten. De gunstige bijdrage van de merkenmix was te danken aan innovaties die in FY12 en 1Q13 gelanceerd werden, waaronder Bud Light Platinum, Budweiser Black Crown, Bud Light Lime Lime-A-Rita en Bud Light Lime Straw-ber-Rita, en de groei van onze luxemerken, in het bijzonder Stella Artois en Shock Top.

Commerciële strategie en merken

- We schatten dat de families van onze Belangrijkste Merken collectief marktaandeel hebben gewonnen in het eerste kwartaal op basis van de VAK, terwijl ons totaal marktaandeel naar schatting met ongeveer 50 basispunten afgenomen is. Dit was vooral ten gevolge van de resultaten van onze sub-luxemerken gezien de druk op het beschikbaar inkomen en onze strategie om het prijsverschil tussen onze luxemerken en sub-luxemerken te verkleinen.
- Het aandeel van de Bud Light-familie daalde volgens onze schattingen lichtjes tegenover dezelfde periode vorig jaar. Bud Light Platinum behield een stabiel marktaandeel van rond 0,8% sinds midden 2012, met een daling in het kwartaal wegens uitzonderlijk sterke lanceringsvolumes in 1Q12. Deze daling werd gedeeltelijk gecompenseerd dankzij de goede resultaten van Bud Light Lime Straw-ber-Rita, dat pas begin maart werd gelanceerd, en van Bud Light Lime Lime-A-Rita. Deze twee merken boekten een gezamenlijk marktaandeel van 0,6% in 1Q13, en gegevens van het IRI tonen een gezamenlijk aandeel van 1,3% aan voor april.
- Het marktaandeel van de Budweiser-familie bleef volgens onze schattingen grotendeels stabiel, waarbij Budweiser Black Crown, dat eind januari gelanceerd werd, een daling van het marktaandeel van Budweiser compenseerde.
- We schatten dat Michelob Ultra en onze luxemerken, gedreven door Stella Artois, Shock Top en Goose Island, marktaandeel gewonnen hebben. De nationale uitrol van Goose Island blijft positief onthaald worden.
- Onze innovatiepijplijn in de VS blijft sterk en in de loop van het jaar zullen nog meer product- en verpakkinginnovaties op de markt komen.

- We blijven onze Gebalanceerde Portfoliobenadering (GPB) promoten binnen het kleinhandelskanaal en kunnen heel duidelijke bewijzen voorleggen dat kleinhandelaars die bij de toekenning van schapruimte een gebalanceerd portfolio nastreven, betere verkoopresultaten boeken dan de rest van de markt. Uitvoerige testen hebben vorig jaar uitgewezen dat de benadering binnen verschillende kleinhandelskanalen en bij honderden kleinhandelaars een stijging van de opbrengsten teweeg heeft gebracht. Ten gevolge van de GPB hebben de luxebieren in 2012 voor de eerste keer in lange tijd schapruimte veroverd.

In **Brazilië:**

Volume

- 1Q13 was een moeilijk kwartaal wegens een vertraging van de Braziliaanse biersector en frisdrankensector. Deze vertraging was bijzonder relevant in maart.
- We schatten dat het volume van de biersector met ongeveer 7,0% gedaald is in 1Q13. In 1Q13 daalde ons totale volume met 6,3%, nam ons biervolume met 8,2% af en kende ons volume frisdranken een daling met 0,5%.
- Zoals eerder vermeld, geloven we dat de daling van de sectorvolumes in 1Q13 te wijten was aan de consumptie die negatief beïnvloed werd door de vroegere timing van Carnaval, slechtere weersomstandigheden, hogere inflatie van de voedselprijzen en een vertraging in de groei van het beschikbaar inkomen.
- We schatten dat ons jaar-op-jaar marktaandeel in 1Q13 met ongeveer 90 basispunten gedaald is tot 68,1% wegens moeilijk vergelijkbare cijfers gezien de groei van ons marktaandeel met naar schatting 70 basispunten in 1Q12 enerzijds en onze prijsaanpassingen in 2012 anderzijds. Er was echter een geschatte sequentiële verbetering van ons marktaandeel van 20 basispunten vergeleken met 4Q12.
- Hoewel het duidelijk is dat 2013 in zijn totaliteit een moeilijk jaar zal zijn voor Brazilië, hebben we onze commerciële plannen al aangepast en verwachten we dat er zich een verbetering van onze volumeprestaties zal voordoen naarmate het jaar vordert.

Opbrengstenbeheer

- De bieropbrengsten per hl kenden een sterke groei met 8,6% in Brazilië in 1Q13 ten gevolge van de prijsverhogingen in de tweede helft van vorig jaar enerzijds en van de toegenomen eigen distributievolumes en verbetering van de luxemerkenmix anderzijds.

Commerciële strategie en merken

- Onze Belangrijkste Merken Skol, Brahma en Antarctica blijven gezond en blijven de voorkeur van de consument wegdragen in een mate die hun marktaandeel aanzienlijk overstijgt. We hebben geïnvesteerd en zullen blijven investeren in onze merken ondanks de zwakke volumeprestaties in het eerste kwartaal.
- Onze commerciële strategie en prioriteiten blijven onveranderd en blijven resultaten opleveren met naar schatting marktaandeelwinst in het noorden en noordoosten, volumegroei dankzij onze innovaties, in het bijzonder dankzij de recycleerbare glazen 300 ml-fles, en volumegroei voor onze luxemerken, gedreven door Budweiser.
- We houden onveranderd vast aan onze investeringsplannen aangezien zij van cruciaal belang zijn voor de succesvolle implementatie van onze commerciële strategieën en de gezondheid van ons bedrijf op lange termijn. Dit omvat de extra capaciteit die nodig is voor de uitrol van de recycleerbare glazen 300 ml-fles en de uitbreiding van Budweiser in Brazilië.

PERSBERICHT

Brussel, 30 april 2013 – 6 / 19



In China:

Volume

- De volumes van de sector hebben zich goed hersteld na een daling van de sector in 4Q12 die aan de weersomstandigheden te wijten was. Onze eigen volumes namen met 15,5% toe in 1Q13, met een geschatte stijging van het marktaandeel tot gevolg.

Opbrengstenbeheer

- De opbrengsten per hl stegen met 11,6% in 1Q13; deze stijging is grotendeels te wijten aan een betere merkenmix ten gevolge van een steeds grotere voorkeur van de consument voor het core-plussegment en het segment van de luxemerken, in het bijzonder Harbin Ice en Budweiser.

Commerciële strategie en merken

- Het volume van de Belangrijkste Merken is in 1Q13 met 21,8% gegroeid, met Budweiser en Harbin als heel sterke groeiers.
- De volumegroei in 1Q13 was het gevolg van een betere penetratie van onze nationale merken Budweiser en Harbin binnen onze huidige voetafdruk, alsook succesvolle campagnes voor het Chinese Nieuwjaar.
- We haalden sterke volumes in onze regionale vestigingen, en Budweiser hielp mee om de merkenmix te verbeteren, in het bijzonder in het zuidoosten.
- Op 27 april hebben we een transactie afgerond, zoals eerder aangekondigd in 3Q12, om vier brouwerijen met een totale capaciteit van ongeveer 9 miljoen hectoliter te verwerven. De totale aankoopprijs bedroeg ongeveer 400 miljoen USD.

Grupo Modelo:

We zijn verheugd dat alle regelgevende goedkeuringen nu behaald zijn noodzakelijk voor het afronden van de transacties en we verwachten dat de combinatie met Grupo Modelo in juni 2013 zal afgerond worden.

We blijven enthousiast over de Mexicaanse markt en het internationaal potentieel van de Modelo-merken. We zijn klaar om onze integratieplannen te implementeren van zodra de combinatie afgerond is, en we kijken ernaar uit om samen met onze nieuwe collega's in Mexico ons eerder engagement te behalen om voor ongeveer 1 miljard USD aan kostensynergieën te leveren. Bovenop de kostensynergieën, geloven we dat er significante opbrengstsynergieën mogelijk zijn door verdere uitbreiding van de verkoop van Corona wereldwijd (met uitzondering van de VS) en door het delen van beste praktijken.

VOORUITZICHTEN

Onze vooruitzichten voor 2013 zijn:

- Volumes:** We houden vast aan onze strategie inzake Belangrijkste Merken en premiumisatie in de VS, ondersteund door een gezonde innovatiepijplijn en een sterk plan voor de verkoopuitvoering. We gingen er eerst van uit dat onze biervolumes in Brazilië in FY13 een lage tot gemiddelde eencijferige groei zouden kennen. We verwachten dat de druk op de volumes in Brazilië zich op korte termijn zal doorzetten, en bijgevolg verwachten we nu dat de volumes van de biersector in FY13 ofwel stabiel zullen blijven ofwel een lage eencijferige daling zullen kennen. We blijven uitgaan van een sterke groei van de volumes van de sector in China in 2013 gezien de sterke resultaten in 1Q13.

PERSBERICHT

Brussel, 30 april 2013 – 7 / 19



- (ii) **Opbrengsten per hl:** We verwachten dat de opbrengsten per hl een interne groei zullen kennen die de inflatie gewogen per land overtreft ten gevolge van voortgezette verbetering van de mix en initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer.
- (iii) **Kostprijs Verkochte Goederen per hl:** We verwachten dat de KVG per hl in 2013 een gemiddelde eencijferige interne stijging zal kennen, waarbij de wereldwijde stijgingen van de grondstofkosten en ongunstige wisselkoerseffecten (vooral BRL/USD) deels gecompenseerd zullen worden door besparingen op het vlak van aankoopactiviteiten en efficiëntiewinsten.
- (iv) **Distributiekosten per hl:** We verwachten dat de distributiekosten per hl een gemiddelde eencijferige interne stijging zullen kennen.
- (v) **Verkoop- en marketingkosten:** We gingen oorspronkelijk uit van een hoge eencijferige stijging van de verkoop- en marketingkosten in FY13. We zullen onze volume- en opbrengstenprestaties blijven bevorderen door in onze merken te investeren, al verwachten we nu volumegerelateerde dalingen van de verkoopkosten. We verwachten nu dat onze verkoop- en marketinginvesteringen met gemiddelde tot hoge eencijferige cijfers zullen stijgen in FY13.
- (vi) **Netto financiële kosten:** We verwachten dat de gemiddelde coupon op de nettoschuld tussen 4,8% en 5,3% zal liggen mits de combinatie met Grupo Modelo in 1H13 afgerond wordt, zoals verwacht. We verwachten dat de gemiddelde coupon vanaf 2014 met 50 basispunten zal dalen gezien de afwezigheid van het negatieve kaseffect gelinkt aan de vertraging in de voltooiing van de combinatie. De netto-interestkosten voor pensioenen (ten gevolge van de herwerkte IAS 19-norm) en de toerekeningskosten zullen naar verwachting respectievelijk circa 40 en 75 miljoen USD per kwartaal bedragen.
- (vii) **Effectieve aanslagvoet:** We gingen oorspronkelijk uit van een effectieve aanslagvoet (EAV) tussen 20% en 22% in 2013. We verwachten nu dat de EAV voor FY13 tussen 19% en 21% zal liggen gezien de 1Q13-resultaten. We blijven uitgaan van een EAV tussen 20% en 25% voor de periode 2014-2017 en tussen 25% en 27% voor de periode daarna.
- (viii) **Netto-investeringsuitgaven:** We gaan onveranderd uit van ongeveer 3,7 miljard USD aan netto-investeringsuitgaven in 2013, waarbij de stijging ten opzichte van 2012 het gevolg is van investeringen in capaciteitsuitbreiding in Brazilië en China bovenop de commerciële investeringsuitgaven die verband houden met onze sterke innovatiepijplijn en marktprogramma's.
- (ix) **Schuld:** We verwachten dat we na de voltooiing van de combinatie met Grupo Modelo een verhouding tussen de nettoschuld en de EBITDA van minder dan 2,0 zullen bereiken in de loop van 2014. Ongeveer een derde van de brutoschuld van AB InBev is uitgedrukt in een andere munteenheid dan de US dollar, in het bijzonder in euro.

PERSBERICHT

Brussel, 30 april 2013 – 8 / 19



BEDRIJFSRESULTATEN

Voor gedetailleerde segmentinformatie inzake de financiële resultaten voor 1Q13 wordt verwezen naar de Bijlage bij dit persbericht.

Tabel 2. Volumes (duizend hl)

	1Q12	Scope	Interne groei	1Q13	Interne groei	
					Totale volume	Volume eigen bieren
Noord-Amerika	29 778	85	-1 506	28 356	-5,0%	-5,1%
Latijns-Amerika Noord	29 411	568	-1 694	28 285	-5,8%	-7,6%
Latijns-Amerika Zuid	10 945	-	-1 120	9 826	-10,2%	-9,0%
West-Europa	6 198	-	-442	5 756	-7,1%	-7,0%
Centraal- en Oost-Europa	4 322	-	-708	3 614	-16,4%	-16,4%
Azië	10 914	-	1 701	12 614	15,6%	15,6%
Globale Export en Holdingmaatschappijen	1 611	-65	-35	1 512	-2,2%	-2,3%
AB InBev Wereldwijd	93 178	588	-3 804	89 963	-4,1%	-4,0%

Noord-Amerika (NA)

De totale volumes in Noord-Amerika daalden met 5,0% in 1Q13.

In de **Verenigde Staten** daalde onze VAG met 5,2% en onze binnenlandse VAK, gecorrigeerd voor het aantal verkoopdagen, met 4,1%. We schatten dat de leveringen aan kleinhandelaars (VAK) voor de sector, gecorrigeerd voor het aantal verkoopdagen, met 3,0% afgenomen zijn. De onderliggende VAK-resultaten in het kwartaal werden zoals verwacht negatief beïnvloed door tijdelijke druk op het beschikbaar consumenteninkomen, de benzineprijzen en moeilijk vergelijkbare cijfers wegens de weeromstandigheden. De VAG werd ook negatief beïnvloed door het feit dat er een verkoopdag minder was dan in 1Q12.

We gaan uit van een daling van het marktaandeel met 50 basispunten in het kwartaal op basis van de VAK, die zich vooral in het segment van de sub-luxebieren situeert, ten opzichte van moeilijk vergelijkbare gegevens voor 1Q12. Er waren sterke prestaties van Bud Light Lime Lime-A-Rita en het onlangs gelanceerde Bud Light Lime Straw-ber-Rita, en de luxemerken kenden een goede groei, gedreven door Stella Artois, Shock Top en Goose Island. De categorie van de superluxebieren won ook marktaandeel dankzij de prestaties van Budweiser Black Crown en Michelob Ultra. Het marktaandeel van de Bud Light-familie daalde lichtjes tegenover 1Q12 gezien de sterke lanceringsvolumes van Bud Light Platinum in 1Q12, terwijl het marktaandeel van de Budweiser-familie, inclusief Budweiser Black Crown, in essentie stabiel was. Deze prestaties werden teniet gedaan door marktaandeelverlies bij onze sub-luxemerken ten gevolge van druk op het beschikbaar inkomen en onze strategie om het prijsverschil tussen onze luxemerken en sub-luxemerken te verkleinen.

De Amerikaanse bieropbrengsten per hl stegen met 4,0% ten gevolge van het voortgezette positieve effect van de prijsverhoging uit 4Q12. Deze groei omvat ook een bijdrage van de merkenmix van ongeveer 150 basispunten ten gevolge van de innovaties die in FY12 en 1Q13 gelanceerd werden enerzijds en de groei van onze luxemerken anderzijds.

In **Canada** zijn onze biervolumes in 1Q13 met 2,9% gedaald wegens een verhoging van de accijnzen in Québec in 4Q12 en wegens koud weer in Ontario en de Atlantische provincies. Het marktaandeel daalde in het kwartaal lichtjes ondanks de sterke prestaties van de Bud Light-familie, die zowel marktaandeel- als volumegroei kende na de succesvolle lancering van Bud Light Platinum.

De EBITDA voor Noord-Amerika nam in 1Q13 met 4,5% af tot 1 480 miljoen USD ten gevolge van zwakke volumes. De distributiekosten stegen met 6,2% per hl, maar zullen in de loop van het jaar afnemen aangezien we vanaf het tweede kwartaal de productie van Bud Light Lime Lime-A-Rita en Bud Light Lime Straw-ber-Rita zullen uitbreiden van één naar drie brouwerijen.

PERSBERICHT

Brussel, 30 april 2013 – 9 / 19



De EBITDA-marge daalde met 133 basispunten tot 40,2% ten gevolge van volumedaling in het kwartaal, maar we blijven opportuniteiten zien om de marge in de Zone te verbeteren, in het bijzonder in de VS.

Latijns-Amerika Noord (LAN)

De volumes daalden in LAN met 5,8%, waarbij de biervolumes met 7,5% afnamen en het volume frisdranken een daling met 0,5% kende.

In Brazilië daalden onze biervolumes met 8,2% in 1Q13 ten gevolge van de consumptie die negatief beïnvloed werd door de vroegere timing van Carnaval, slechtere weersomstandigheden, hogere inflatie van de voedselprijzen en een vertraging in de groei van het beschikbaar inkomen.

Ons marktaandeel daalde naar schatting in het kwartaal met ongeveer 90 basispunten tot 68,1% ten gevolge van moeilijk vergelijkbare cijfers in 1Q12 toen het marktaandeel toenam met naar schatting 70 basispunten en onze prijsaanpassingen in 2012. Er was sprake van een verbetering van het geschatte marktaandeel met 20 basispunten vergeleken met 4Q12.

De bieropbrengsten per hl kenden een sterke groei met 8,6% in Brazilië in 1Q13 ten gevolge van het overgedragen voordeel van onze prijsverhogingen in 2012 enerzijds en van de toegenomen eigen distributie en positieve luxemerkenmix anderzijds.

De Kostprijs Verkochte Goederen per hl steeg met 16,8% in 1Q13, vooral ten gevolge van hogere grondstofkosten, in het bijzonder voor mout, tegenvallende wisselkoersen, een negatieve verpakkingsmix en een verminderde spreiding van de vaste kosten ten gevolge van de volumedaling.

In LAN groeide de EBITDA met 1,8% tot 1 285 miljoen USD, en de EBITDA-marge nam met 35 basispunten toe tot 49,3%. De distributiekosten waren hoger ten gevolge van een toename van de eigen distributie en hogere transportkosten. We blijven zelfs in een moeilijk kwartaal onze merken ondersteunen, wat blijkt uit de toename van de verkoop- en marketinginvesteringen met 7,5%.

Latijns-Amerika Zuid (LAS)

In 1Q13 namen de totale volumes in LAS met 10,2% af, waarbij het volume bieren met 9,0% afnam en het volume niet-bieren met 12,0% daalde.

De biervolumes in **Argentinië** daalden met 10,7% ten gevolge van zwakke prestaties van de sector onder invloed van een lager consumentenvertrouwen en kouder weer. Niettemin kende ons marktaandeel voor bier in Argentinië naar schatting een sterke groei dankzij goede resultaten van de Quilmes-familie.

De EBITDA voor LAS steeg met 9,4% tot 395 miljoen USD, en de EBITDA-marge steeg met 65 basispunten tot 45,4%. De opbrengstengroei per hl werd gedeeltelijk teniet gedaan door een hogere Kostprijs Verkochte Goederen en toegenomen investeringen in onze merken. De distributiekosten werden beïnvloed door hogere arbeids- en transportkosten ten gevolge van stijgingen boven inflatie voor vrachtwagenbestuurders.

PERSBERICHT

Brussel, 30 april 2013 – 10 / 19



West-Europa (WE)

Het volume eigen bieren daalde in 1Q13 met 7,0% aangezien de sector op onze West-Europese markten getroffen werd door een ongewoon koud en lang winterseizoen.

Onze biervolumes in **België** daalden met 9,1% in 1Q13 volledig ten gevolge van een zwakke sector. We schatten dat ons marktaandeel stabiel gebleven is in het kwartaal.

In **Duitsland** daalde het volume eigen bieren met 4,4% in een zwak economisch klimaat, met grote promotionele activiteit in de grootdistributie.

In het **Verenigd Koninkrijk** kenden onze eigen producten een daling met 4,6%. We schatten dat ons marktaandeel nagenoeg stabiel bleef, met marktaandeelwinst in de horeca die teniet gedaan werd door aanhoudende druk op ons marktaandeel in de grootdistributie.

De EBITDA in WE daalde in 1Q13 met 7,9% tot 179 miljoen USD, vooral door een daling van het volume en hogere grondstofprijzen, welke een impact hadden op de Kostprijs Verkochte Goederen.

Centraal- & Oost-Europa (CEE)

In 1Q13 namen de biervolumes in CEE met 16,4% af.

In **Rusland** daalden de biervolumes met 17,0%, vooral ten gevolge van een uitdagende sector die getroffen werd door nieuwe verkoopbeperkingen, de overdracht van het mediaverbod dat eind juli ingevoerd werd en prijsverhogingen volgend op de recentste accijnsaanpassing. Ons geschat marktaandeel blijft onder druk staan en de focus ligt hoofdzakelijk op het bereiken van een evenwicht tussen rentabiliteit en marktaandeel. Bud blijft het goed doen en groeide met meer dan 25% in 1Q13.

In **Oekraïne** daalden de biervolumes met 15,5%, waarbij de daling grotendeels te wijten was aan zwakke prestaties van de sector ten gevolge van extreme sneeuwval en extreem koude temperaturen en een prijsverhoging gelinkt aan accijnsaanpassingen.

In 1Q13 ging de EBITDA in CEE er licht op vooruit, en de EBITDA-marge nam toe met 66 basispunten.

Azië (APAC)

De biervolumes in Azië kenden een sterk herstel in 1Q13 en groeiden met 15,6%.

Onze biervolumes in China groeiden in 1Q13 met 15,5% onder stimulans van de groei van de sector en positieve marktaandeeltrends. De groei van onze Belangrijkste Merken met 21,8% in het eerste kwartaal werd voornamelijk aangestuurd door Budweiser, Harbin en Harbin Ice, die allemaal een positief effect ondervonden van succesvolle campagnes rond het Chinese Nieuwjaar en toegenomen distributie.

De EBITDA van APAC steeg in 1Q13 met 58% tot 113 miljoen USD.

Globale Export en Holdingmaatschappijen (GEHC)

GEHC rapporteerden een EBITDA van -38 miljoen USD in 1Q13 vergeleken met -53 miljoen USD in 1Q12.

PERSBERICHT

Brussel, 30 april 2013 – 11 / 19



GECONSOLIDEERDE RESULTATENREKENING

Tabel 3. Geconsolideerde resultatenrekening (miljoen USD)

	1Q12	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q13	Interne groei
Opbrengsten	9 332	96	-394	136	9 169	1,5%
Kostprijs verkochte goederen	-3 849	-39	130	-147	-3 904	-3,8%
Brutowinst	5 483	57	-264	-11	5 265	-0,2%
Distributiekosten	-941	-5	51	-44	-939	-4,7%
Verkoop- en marketingkosten	-1 265	-11	43	-45	-1 277	-3,5%
Administratieve kosten	-512	-6	15	12	-491	2,3%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	125	-3	-21	92	193	73,4%
Bedrijfsresultaat (EBIT)						
vóór eenmalige opbrengsten/(kosten)	2 890	32	-176	4	2 751	0,1%
Eenmalige opbrengsten/(kosten) boven EBIT	24				-26	
Netto financiële kosten	-422				-255	
Eenmalige netto financiële kosten	-				223	
Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen	126				167	
Belastingen	-427				-333	
Winst	2 191				2 527	
Winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 666				2 051	
Winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen	525				476	
Genormaliseerde EBITDA	3 555	44	-200	31	3 430	0,9%
Genormaliseerde winst toe te rekenen aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 651				1 853	

Opbrengsten

In 1Q13 stegen de geconsolideerde opbrengsten met 1,5% en kenden de opbrengsten per hl een sterke groei met 5,8% dankzij onze initiatieven op het vlak van opbrengstenbeheer en de positieve effecten van de premiumisatie van ons portfolio. Bij een constante geografische basis stegen de opbrengsten per hl met 6,9%.

Kostprijs Verkochte Goederen (KVG)

De Kostprijs Verkochte Goederen (KVG) steeg met 3,8%, of met 8,6% per hl. Bij een constante geografische basis nam de KVG per hl met 9,0% toe ten gevolge van hogere kostprijzen van de basisproducten en hogere productiekosten, vooral in LAN, LAS en APAC, en de impact van een verminderde spreiding van de vaste kosten.

Bedrijfskosten

De totale bedrijfskosten stegen met 0,6% in 1Q13:

- De **distributiekosten** stegen met 4,7% ten gevolge van (i) hogere transportkosten ten gevolge van de algemene inflatie en een groter gewicht van de eigen distributie als een percentage van de totale volumes in Brazilië; (ii) de uitrol van innovaties in de VS; en (iii) hogere arbeids- en transportkosten in Argentinië en China.
- De **verkoop- en marketingkosten** stegen met 3,5% door hogere marketinginvesteringen in onze merken en innovaties ondanks volume gerelateerde dalingen van de verkoopkosten.
- De **administratieve kosten** daalden met 2,3%, vooral ten gevolge van de timing van de voorzieningen voor variabele compensatie.
- De **overige bedrijfsopbrengsten** bedroegen 193 miljoen USD in 1Q13 vergeleken met 125 miljoen USD in 1Q12, vooral ten gevolge van hogere overheidsstimulansen gelinkt aan onze investeringen in Brazilië.

PERSBERICHT

Brussel, 30 april 2013 – 12 / 19



Eenmalige opbrengsten en kosten boven EBIT

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

	1Q12	1Q13
Herstructurering (inclusief bijzondere waardeverminderingen)	-5	-3
Verkoop van activiteiten en activa (inclusief bijzondere waardeverminderingen)	29	-
Verwervingskosten van bedrijfscombinaties	-	-23
Impact op bedrijfsresultaat	24	-26

Het genormaliseerde bedrijfsresultaat is exclusief -26 miljoen USD aan negatieve eenmalige opbrengsten, vooral ten gevolge van verwervingskosten in verband met bedrijfscombinaties.

Netto financiële kosten

Tabel 5. Netto financiële kosten (miljoen USD)

	1Q12	1Q13
Netto-interestkosten	- 448	- 443
Netto-interestkosten voor pensioenen	- 42	- 37
Periode toerekeningkosten	- 41	- 70
Overige financiële resultaten	109	295
Netto financiële kosten	- 422	- 255
Aanpassing aan marktwaarde	-	231
Overige financiële resultaten	-	- 8
Eenmalige netto financiële resultaten	-	223
	- 422	- 32

De **netto financiële kosten** (exclusief eenmalige netto financiële kosten) bedroegen 255 miljoen USD in 1Q13 vergeleken met 422 miljoen USD in 1Q12.

- De daling van de netto financiële kosten is vooral het gevolg van opbrengsten door aanpassingen aan marktwaarde van 402 miljoen USD verbonden met de afdekking van onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's in 1Q13, die in overige financiële resultaten gerapporteerd worden. De overige financiële resultaten voor 1Q12 omvatten 211 miljoen USD aan opbrengsten uit dergelijke afdekkingen.
- De periodotoerekeningskosten ten bedrage van 70 miljoen USD in 1Q13 stegen vooral ten gevolge van de boekhoudkundige behandeling conform IFRS van de verkoopoptie gerelateerd aan onze investering van mei 2012 in Cervecería Nacional Dominicana S.A. in de Dominicaanse Republiek met een bijkomende non-cash impact van ongeveer 30 miljoen USD per kwartaal.

De **eenmalige netto financiële opbrengsten** bedroegen 223 miljoen USD en zijn vooral het resultaat van aanpassingen aan marktwaarde op afdekkingen verbonden met de transactie met Modelo. In een transactie betreffende de combinatie met Grupo Modelo die bekendgemaakt werd op 29 juni 2012, hebben bepaalde aandeelhouders van Grupo Modelo zich geëngageerd om na de verkoop van hun aandelen van Grupo Modelo het equivalent te verwerven van ongeveer 23,1 miljoen aandelen van AB InBev ter waarde van ongeveer 1,5 miljard USD, die binnen 5 jaar bezorgd moeten worden via een instrument voor uitgestelde aandelen.

Tegen 31 maart 2013 was 71% van het instrument voor uitgestelde aandelen afgedekt aan een gemiddelde prijs van ongeveer 67 EUR per aandeel, wat resulteert in een aan marktwaarde aangepaste winst van 231 miljoen USD in 1Q13.

PERSBERICHT

Brussel, 30 april 2013 – 13 / 19



Aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen

In 1Q13 omvat het aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen 167 miljoen USD vergeleken met 126 miljoen USD in 1Q12. Deze stijging houdt vooral verband met de sterke resultaten van Grupo Modelo, die in 1Q13 een opbrengstenstijging met 3,4% en een groei van de EBITDA met 10,8% realiseerde.

Belastingen

Tabel 6. Belastingen (miljoen USD)

	1Q12	1Q13
Belastingen	427	333
Effectieve aanslagvoet	17,1%	12,4%
Genormaliseerd effectieve aanslagvoet	16,9%	13,3%

In 1Q13 bedroegen de belastingen 333 miljoen USD met een effectieve aanslagvoet van 12,4% tegenover 427 miljoen USD aan belastingen in 1Q12 met een effectieve aanslagvoet van 17,1%. De daling van de effectieve aanslagvoet is vooral het gevolg van de niet-belastbare aard van winsten uit afdekkingen verbonden met het risico op aandelenkoersschommelingen, een verschuiving in de samenstelling van de winst naar landen met een lagere marginale aanslagvoet, alsook bijkomende belastingvoordelen.

Winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen

De winst toerekenbaar aan minderheidsbelangen daalde van 525 miljoen USD in 1Q12 tot 476 miljoen USD in 1Q13. Deze daling is voornamelijk toe te schrijven aan de impact van wisselkoerseffecten.

Genormaliseerde winst en winst in 1Q13

De genormaliseerde winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev kende een nominale stijging met 12,2% tot 1 853 miljoen USD in 1Q13 vergeleken met 1 651 miljoen USD in 1Q12. De stijging van de genormaliseerde winst in 1Q13 is voornamelijk toe te schrijven aan de overige financiële resultaten ten bedrage van 295 miljoen USD, waaronder 402 miljoen USD aan opbrengsten uit afdekkingen verbonden met onze op aandelen gebaseerde betalingsprogramma's.

De winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev bedroeg 2 051 miljoen USD in 1Q13 vergeleken met 1 666 miljoen USD in 1Q12 en omvat het effect na belastingen van 198 miljoen USD aan eenmalige opbrengsten in 1Q13 vergeleken met 15 miljoen USD aan inkomsten in 1Q12.

PERSBERICHT

Brussel, 30 april 2013 – 14 / 19



WPA 1Q13

Tabel 7. Winst per aandeel (USD)

	1Q12	1Q13
Winst per aandeel vóór eenmalige opbrengsten/(kosten)	1,03	1,16
Eenmalige opbrengsten en kosten, na belastingen, toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten, per aandeel	0,01	-0,02
Eenmalige financiële kosten, na belastingen, toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten, per aandeel	0,00	0,14
Gewone winst per aandeel	1,04	1,28

De genormaliseerde winst per aandeel (WPA) steeg met 12,6% van 1,03 USD in 1Q12 tot 1,16 USD in 1Q13 op nominale basis. In Tabel 7 worden de genormaliseerde WPA en de basis-WPA gereconcilieerd.

Reconciliatie van genormaliseerde EBITDA en winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten

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

	1Q12	1Q13
Winst toerekenbaar aan houders van AB InBev eigen-vermogensinstrumenten	1 666	2 051
Minderheidsbelangen	525	476
Winst	2 191	2 527
Belastingen	427	333
Aandeel in het resultaat van geassocieerde ondernemingen	-126	-167
Eenmalige netto financiële kosten	-	-223
Netto financiële kosten	422	255
Eenmalige opbrengsten/(kosten) boven EBIT (inclusief eenmalige bijzondere waardeverminderingen)	-24	26
Bedrijfsresultaat (EBIT) vóór eenmalige opbrengsten/(kosten)	2 890	2 751
Afschrijvingen en bijzondere waardeverminderingen	665	679
Genormaliseerde EBITDA	3 555	3 430

De genormaliseerde EBITDA en de genormaliseerde EBIT zijn cijfers die door AB InBev gebruikt worden om de onderliggende resultaten van de onderneming aan te tonen.

De genormaliseerde EBITDA wordt berekend zonder rekening te houden met onderstaande effecten op de winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten van AB InBev: (i) minderheidsbelangen, (ii) belastingen, (iii) aandeel in het resultaat van geassocieerde deelnemingen, (iv) netto financiële kosten, (v) eenmalige netto financiële kosten, (vi) eenmalige opbrengsten en kosten boven EBIT (inclusief eenmalige bijzondere waardeverminderingen); en (vii) afschrijvingen en bijzondere waardeverminderingen.

Genormaliseerde EBITDA en genormaliseerde EBIT zijn geen boekhoudkundige maatstaven binnen IFRS en mogen niet als een alternatief gezien worden voor de winst toerekenbaar aan houders van eigenvermogensinstrumenten als een maatstaf voor bedrijfsprestaties of een alternatief voor de kasstroom als een maatstaf voor liquiditeit. Er bestaat geen vaste

berekeningsmethode voor genormaliseerde EBITDA en genormaliseerde EBIT, en de definitie die AB InBev voor genormaliseerde EBITDA en genormaliseerde EBIT hanteert, kan afwijken van de definitie die gebruikt wordt door andere bedrijven.

De in tabel 3 tot 8 van dit persbericht vermelde financiële gegevens voor het eerste kwartaal van 2013 (1Q13) zijn ontleend aan de niet-geauditeerde beknopte geconsolideerde voorlopige financiële gegevens van de groep op datum van en voor de periode van drie maanden eindigend op 31 maart 2013; deze gegevens werden nagezien door onze commissarissen PricewaterhouseCoopers Bedrijfsrevisoren BCVBA volgens de normen van de Public Company Accounting Oversight Board (Verenigde Staten). De conclusie van de commissarissen luidt dat er tijdens hun controle geen enkel element naar voor kwam op basis waarvan ze menen dat deze voorlopige financiële gegevens niet correct voorgesteld worden, in alle wezenlijke opzichten, conform IAS 34 "Tussentijdse Financiële Verslaggeving" zoals gepubliceerd door IASB en goedgekeurd door de Europese Unie.

RECENTE GEBEURTENISSEN

Grupo Modelo

- Op 19 april 2013 maakten AB InBev en Grupo Modelo, S.A.B. de C.V., Constellation Brands, Inc. en Crown Imports LLC bekend dat ze een definitief akkoord bereikt hadden met het Amerikaanse Ministerie van Justitie over de voorwaarden voor een schikking met betrekking tot de aanvechting door het Ministerie van Justitie van de door AB InBev geplande verwerving van het resterende belang in Grupo Modelo dat het bedrijf nog niet in haar bezit heeft. Het akkoord is wezenlijk in lijn met de herwerkte transactie die op 14 februari 2013 aangekondigd werd.
- Op 19 april 2013 zijn de partijen gezamenlijk naar de rechtbank gestapt met een voorstel voor een definitief vonnis. Het aan de rechtbank voorgelegde voorstel voor een definitief vonnis houdt bijkomende bindende verplichtingen in, die een onmiddellijke verkoop van activa door AB InBev aan Constellation, de noodzakelijke uitbouw van de brouwerij Piedras Negras door Constellation en bepaalde garanties met betrekking tot distributie voor Constellation in de Verenigde Staten verzekeren.
- Op 22 april 2013 werd de Stipulation and Order (die samen met het voorstel voor een definitief vonnis werd neergelegd en de partijen verplicht zich naar dat vonnis te schikken) getekend door de rechtbank. AB InBev, Grupo Modelo en Constellation hebben besloten snel actie te ondernemen om de hangende transacties af te ronden. Hierbij gaat het onder meer om een bod volledig in cash van 9,15 USD per aandeel door AB InBev voor alle uitstaande aandelen van Grupo Modelo die ze nog niet in haar bezit heeft en, na afwikkeling van het bod, de verkoop van de brouwerij Piedras Negras van Grupo Modelo en van het belang in Crown aan Constellation.
- Op 25 april 2013 heeft AB InBev aangekondigd dat de fusies van Diblo, S.A. de C.V. en Dirección de Fábricas, S.A. de C.V. met hun dochteronderneming Grupo Modelo afgerond zijn. Na de fusies blijft het economische belang van AB InBev in de bedrijven van Grupo Modelo grotendeels onveranderd en bedraagt het 50,3% en heeft AB InBev het recht een 10^{de} bestuurder te benoemen in de 20 leden tellende Raad van Bestuur van Grupo Modelo.
- De Mexicaanse Mededingingscommissie heeft begin april 2013 de gewijzigde transactie met Constellation goedgekeurd. Nu de *Stipulation and Order* is getekend, zijn alle goedkeuringen van de regelgevende instanties bekomen noodzakelijk voor het afsluiten van de transacties met Grupo Modelo en Constellation. Verwacht wordt dat de transactie in juni 2013 zal worden afgerond.

PERSBERICHT

Brussel, 30 april 2013 – 16 / 19



- Eenmaal het bod afgerond is en na voltooiing van de transactie, zal Ricardo Tadeu, voorheen Business Unit President voor Brazilië, de rol waarnemen van Zone President Mexico en Chief Executive Officer voor Grupo Modelo. Mexico zal de zevende Zone van AB InBev worden.

TELEFONISCHE CONFERENTIE EN WEBCAST

Telefonische conferentie en webcast voor investeerders op dinsdag 30 april om

15u00 Brussel / 14u00 Londen / 9u00 New York

Registratiegegevens

Webcast (enkel luisteren)

<http://event.on24.com/r.htm?e=603137&s=1&k=4E65A0985834514E508239688B0EC25B>

Telefonische conferentie (met interactieve V&A)

<http://www.directeventreg.com/registration/event/30244237>

Disclaimer:

Dit bericht bevat bepaalde toekomstgerichte verklaringen die de huidige vooruitzichten van het management van Anheuser-Busch InBev weerspiegelen met betrekking tot, onder andere, AB InBevs strategische doelstellingen. Deze verklaringen houden risico's en onzekerheden in. De mogelijkheid van Anheuser-Busch InBev om deze doelstellingen te bereiken hangt af van vele factoren, waarvan sommige buiten de controle van het management liggen. Van nature houden toekomstgerichte verklaringen risico's en onzekerheden in, omdat zij Anheuser-Busch InBevs huidige verwachtingen en veronderstellingen met betrekking tot toekomstige gebeurtenissen en omstandigheden weerspiegelen, die achteraf onjuist kunnen blijken. De daadwerkelijke resultaten kunnen om verscheidene redenen in belangrijke mate verschillen van deze vooropgesteld in de toekomstgerichte verklaringen, onder andere de risico's die beschreven worden onder Item 3.D van Anheuser-Busch InBevs jaarverslag op formulier 20-F ingediend bij de US Securities and Exchange Commission op 25 maart 2013. Anheuser-Busch InBev kan u niet waarborgen dat de toekomstige resultaten, activiteitsniveaus, prestaties of verwezenlijkingen van Anheuser-Busch InBev aan de verwachtingen weergegeven in de toekomstgerichte verklaringen zullen voldoen. Anheuser-Busch InBev wijst elke verplichting om deze verklaringen na publicatie van dit persbericht bij te werken van de hand.

Over Anheuser-Busch InBev

Anheuser-Busch InBev is een beursgenoteerd bedrijf (Euronext: ABI) met hoofdzetel in Leuven, België, met American Depositary Receipts op de New York Stock Exchange (NYSE: BUD). Het bedrijf is de wereldwijde leidinggevende brouwer, behoort tot 's werelds top vijf van bedrijven actief in consumptiegoederen en wordt erkend als het eerste bedrijf in de categorie van de drankbedrijven op de lijst van de World's Most Admired Companies, die gepubliceerd wordt door FORTUNE Magazine. Bier, het oorspronkelijke sociale netwerk, brengt reeds sedert duizenden jaren mensen samen en ons portfolio van meer dan 200 biermerken blijft sterke banden smeden met consumenten. We investeren het merendeel van onze middelen voor de ontwikkeling van onze merken in onze focus- of belangrijkste merken, diegene met het grootste groeipotentieel, zoals onze wereldwijde merken Budweiser®, Stella Artois® en Beck's®, naast Leffe®, Hoegaarden®, Bud Light®, Skol®, Brahma®, Antarctica®, Quilmes®, Michelob Ultra®, Harbin®, Sedrin®, Klinskoye®, Sibirskaia Korona®, Chernigivske®, Hasseröder® en Jupiler®. Bovendien heeft de onderneming een meerderheidsparticipatie in Grupo Modelo, de grootste brouwer van Mexico en eigenaar van het wereldwijde merk Corona®. Anheuser-Busch InBevs toewijding aan erfgoed en kwaliteit gaat terug naar brouwtradities die dateren van 1366 en de brouwerij Den Hoorn in Leuven, België, en naar de pioniersgeest van de Anheuser & Co brouwerij, met wortels in St. Louis in de Verenigde Staten, sinds 1852. Anheuser-Busch InBev is geografisch gediversifieerd met een evenwichtige blootstelling aan ontwikkelde markten en groeiende markten en benut de collectieve sterkte van haar ca. 118.000 medewerkers, die in vestigingen in 23 landen wereldwijd tewerk gesteld worden. In 2012 realiseerde AB InBev 39,8 miljard USD aan opbrengsten. Het doel van de onderneming is het Beste Bierbedrijf in een Betere Wereld te zijn. Bezoek voor meer informatie onze website: www.ab-inbev.com.

PERSBERICHT

Brussel, 30 april 2013 – 17 / 19



CONTACTPERSONEN ANHEUSER-BUSCH INBEV:

Media

Marianne Amssoms

Tel: +1-212-573-9281

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

Karen Couck

Tel: +32-16-27-69-65

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

Laura Vallis

Tel: +1-212-573-9283

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

Investeerdere

Graham Staley

Tel: +1-212-573-4365

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

Thelke Gerdes

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

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

Christina Caspersen

Tel: +1-212-573-4376

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

PERSBERICHT

Brussel, 30 april 2013 – 18 / 19



Bijlage						
AB InBev Wereldwijd	1Q12	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q13	Interne groei
Volumes (duizend hls)	93 178	588	-	-3 804	89 963	-4,1%
waarvan AB InBev eigen bieren	80 697	543	-	-3 199	78 042	-4,0%
Opbrengsten	9 332	96	-394	136	9 169	1,5%
Kostprijs verkochte goederen	-3 849	-39	130	-147	-3 904	-3,8%
Brutowinst	5 483	57	-264	-11	5 265	-0,2%
Distributiekosten	-941	-5	51	-44	-939	-4,7%
Verkoop- en marketingkosten	-1 265	-11	43	-45	-1 277	-3,5%
Administratieve kosten	-512	-6	15	12	-491	2,3%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	125	-3	-21	92	193	73,4%
Genormaliseerde EBIT	2 890	32	-176	4	2 751	0,1%
Genormaliseerde EBITDA	3 555	44	-200	31	3 430	0,9%
Genormaliseerde EBITDA-marge	38,1%				37,4%	-22 bp

Noord-Amerika	1Q12	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q13	Interne groei
Volumes (duizend hls)	29 778	85	-	-1 506	28 356	-5,0%
Opbrengsten	3 731	5	-4	-50	3 683	-1,3%
Kostprijs verkochte goederen	-1 533	-5	1	3	-1 534	0,2%
Brutowinst	2 198	-	-3	-47	2 149	-2,1%
Distributiekosten	-316	5	1	-4	-314	-1,2%
Verkoop- en marketingkosten	-422	-6	1	-16	-444	-3,9%
Administratieve kosten	-120	-	-	1	-118	1,0%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	11	-	-	4	15	35,4%
Genormaliseerde EBIT	1 352	-1	-1	-62	1 288	-4,6%
Genormaliseerde EBITDA	1 552	-1	-1	-70	1 480	-4,5%
Genormaliseerde EBITDA-marge	41,6%				40,2%	-133 bp

Latijns-Amerika Noord	1Q12	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q13	Interne groei
Volumes (duizend hls)	29 411	568	-	-1 694	28 285	-5,8%
Opbrengsten	2 808	98	-329	29	2 606	1,0%
Kostprijs verkochte goederen	-880	-37	110	-82	-889	-9,3%
Brutowinst	1 927	61	-218	-53	1 717	-2,7%
Distributiekosten	-347	-11	43	-30	-345	-8,7%
Verkoop- en marketingkosten	-316	-10	39	-24	-311	-7,5%
Administratieve kosten	-134	-6	15	1	-123	0,8%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	84	-3	-22	101	160	120,3%
Genormaliseerde EBIT	1 214	32	-143	-5	1 098	-0,4%
Genormaliseerde EBITDA	1 383	43	-166	24	1 285	1,8%
Genormaliseerde EBITDA-marge	49,3%				49,3%	35 bp

Latijns-Amerika Zuid	1Q12	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q13	Interne groei
Volumes (duizend hls)	10 945	-	-	-1 120	9 826	-10,2%
Opbrengsten	871	-	-69	69	871	7,9%
Kostprijs verkochte goederen	-330	-	24	-8	-315	-2,6%
Brutowinst	542	-	-45	60	556	11,1%
Distributiekosten	-79	-	8	-13	-85	-17,1%
Verkoop- en marketingkosten	-87	-	6	-13	-94	-14,5%
Administratieve kosten	-25	-	-	1	-24	3,2%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	-4	-	-	-	-4	-4,9%
Genormaliseerde EBIT	346	-	-31	35	349	10,0%
Genormaliseerde EBITDA	393	-	-34	37	395	9,4%
Genormaliseerde EBITDA-marge	45,0%				45,4%	65 bp

PERSBERICHT

Brussel, 30 april 2013 – 19 / 19



Bijlage						
West-Europa	1Q12	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q13	Interne groei
Volumes (duizend hls)	6 198	-	-	-442	5 756	-7,1%
waarvan AB InBev eigen bieren	5 828	-	-	-411	5 417	-7,0%
Opbrengsten	757	-	-	-41	716	-5,4%
Kostprijs verkochte goederen	-338	-	-	11	-327	3,2%
Brutowinst	419	-	-	-30	389	-7,3%
Distributiekosten	-87	-	-	5	-82	5,8%
Verkoop- en marketingkosten	-156	-	-	8	-147	5,4%
Administratieve kosten	-69	-	-	8	-61	11,8%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	2	-	-	1	3	36,0%
Genormaliseerde EBIT	110	-	-	-8	102	-7,2%
Genormaliseerde EBITDA	194	-	-	-15	179	-7,9%
Genormaliseerde EBITDA-marge	25,6%				25,0%	-67 bp
Centraal- en Oost-Europa	1Q12	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q13	Interne groei
Volumes (duizend hls)	4 322	-	-	-708	3 614	-16,4%
Opbrengsten	305	-	-1	-32	271	-10,6%
Kostprijs verkochte goederen	-181	-	1	16	-165	8,6%
Brutowinst	124	-	-1	-17	106	-13,5%
Distributiekosten	-40	-	-	9	-31	22,1%
Verkoop- en marketingkosten	-87	-	-	8	-79	9,2%
Administratieve kosten	-27	-	-	4	-23	16,0%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	-2	-	-	1	-	74,4%
Genormaliseerde EBIT	-33	-	-	6	-27	18,0%
Genormaliseerde EBITDA	16	-	-	-	16	1,0%
Genormaliseerde EBITDA-marge	5,1%				5,8%	66 bp
Azië	1Q12	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q13	Interne groei
Volumes (duizend hls)	10 914	-	-	1 701	12 614	15,6%
Opbrengsten	538	-	8	156	702	29,0%
Kostprijs verkochte goederen	-327	-	-5	-87	-418	-26,8%
Brutowinst	212	-	3	69	284	32,5%
Distributiekosten	-45	-	-1	-12	-58	-27,1%
Verkoop- en marketingkosten	-138	-	-2	-17	-159	-12,6%
Administratieve kosten	-57	-	-1	-6	-64	-11,1%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	25	-	-	-15	10	-60,1%
Genormaliseerde EBIT	-4	-	-	18	14	475,1%
Genormaliseerde EBITDA	71	-	1	41	113	58,0%
Genormaliseerde EBITDA-marge	13,1%				16,1%	295 bp
Globale Export en Holdingmaatschappijen	1Q12	Scope	Wisselkoers-effect	Interne groei	1Q13	Interne groei
Volumes (duizend hls)	1 611	-65	-	-35	1 512	-2,2%
Opbrengsten	322	-8	-	6	320	1,8%
Kostprijs verkochte goederen	-260	4	-1	1	-256	0,5%
Brutowinst	62	-4	-1	7	64	12,1%
Distributiekosten	-27	1	-	1	-25	5,1%
Verkoop- en marketingkosten	-57	5	-	9	-43	17,3%
Administratieve kosten	-82	-	-	3	-79	3,1%
Overige bedrijfsopbrengsten/(-kosten)	9	-	-	-	9	2,6%
Genormaliseerde EBIT	-95	2	-1	19	-74	21,6%
Genormaliseerde EBITDA	-53	2	-1	14	-38	27,3%