

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 26 février 2014 – 1 / 36

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 2013 et de l'exercice 2013

FAITS MARQUANTS

Sauf indication contraire, les analyses ci-dessous sont basées sur des chiffres internes et se rapportent à l'EX13 et au 4T13 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 29-30.

- **Croissance des produits** : Les produits ont augmenté de 3,3 % durant l'EX13 et de 4,6 % au 4T13, avec une croissance des produits par hl de 5,8 % au cours de l'EX13 et de 8,4 % au 4T13 sur une base géographique constante, grâce à un portefeuille de marques favorable et aux meilleures pratiques de gestion des revenus.
- **Performance des volumes** : Au cours de l'EX13, les volumes totaux ainsi que ceux de nos propres bières ont diminué de 2,0 %, tandis que les volumes non-bières ont reculé de 2,2 %. Au 4T13, les volumes totaux ont diminué de 1,7 %, les volumes de nos propres bières marquant un recul de 2,0 % et les volumes non-bières restant stables.
- **Marques prioritaires** : Les volumes de nos marques prioritaires ont diminué de 0,9 % au cours de l'EX13, en raison notamment de conditions macroéconomiques difficiles sur un certain nombre de nos marchés. Nos marques mondiales ont progressé de 4,7 % au cours de l'EX13, stimulées par une croissance de Budweiser et Corona de respectivement 6,4 % et 3,9 %. Au 4T13, nos marques prioritaires ont reculé de 2,1 %, avec une croissance de nos marques mondiales de 2,9 %.
- **Coûts des Ventes (CdV)** : les CdV ont augmenté de 0,9 % au cours de l'EX13 et ont diminué de 0,3 % au 4T13. Sur une base géographique constante, les CdV par hl ont augmenté de 4,3 % au cours de l'EX13 et de 1,9 % au 4T13.
- **EBITDA** : L'EBITDA a progressé de 8,1 % durant l'EX13 pour atteindre 17 188 millions d'USD, et la marge a gagné 179 points de base pour atteindre 39,8 %. Au 4T13, l'EBITDA a augmenté de 13,1 % à 5 199 millions d'USD, avec un accroissement de la marge de 336 points de base, incluant un gain non-récurrent de 143 millions d'USD enregistré dans les autres revenus d'exploitation et lié à la récupération de fonds soumis à restrictions au Brésil.
- **Coûts financiers nets** : Les coûts financiers nets (hors coûts financiers nets non-récurrents) ont totalisé 2 486 millions d'USD durant l'EX13 et 669 millions d'USD au 4T13.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 26 février 2014 – 2 / 36

- **Impôt sur le résultat** : l'impôt sur le résultat de l'EX13 a atteint 2 016 millions d'USD, avec un taux d'imposition effectif normalisé de 16,6 %, alors qu'il s'élevait à 1 680 millions d'USD pour l'EX12, avec un taux d'imposition effectif normalisé de 16,1 %.
- **Bénéfice** : Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs de capitaux propres d'AB InBev a augmenté de 10,2 % en termes nominaux, passant de 7 201 millions d'USD au cours de l'EX12 à 7 936 millions d'USD au cours de l'EX13. Au 4T13, le bénéfice normalisé a progressé de 34 % en termes nominaux, passant de 1 772 millions d'USD au 4T12 à 2 374 millions d'USD au 4T13.
- **Bénéfice par action** : Le bénéfice par action (BPA) normalisé a augmenté de 9,1 % à 4,91 USD au cours de l'EX13 alors qu'il était de 4,50 USD au cours de l'EX12, et a gagné 32,7 % pour atteindre 1,46 USD au 4T13, alors qu'il était de 1,10 USD au 4T12.
- **Flux de trésorerie** : Le flux de trésorerie provenant des activités d'exploitation a augmenté pour atteindre 13 864 millions d'USD durant l'EX13 comparé à 13 268 millions d'USD au cours de l'EX12, malgré des turbulences significatives sur le taux de change.
- **Endettement net** : Notre endettement net au 31 décembre 2013 était de 38,8 milliards d'USD, soit une hausse de 8,7 milliards d'USD depuis le 31 décembre 2012 due principalement au rapprochement avec Grupo Modelo. Le ratio endettement net/EBITDA normalisé est passé de 1,94x fin 2012 à 2,26x sur une base rapportée au 31 décembre 2013, ou à 2,16x si l'on inclut 12 mois d'EBITDA de Grupo Modelo.
- **Dividende** : Le Conseil d'administration d'AB InBev propose le paiement d'un dividende final de 1,45 EUR par action, sous réserve de l'approbation des actionnaires lors de l'assemblée générale annuelle prévue le 30 avril 2014, portant le dividende total pour l'exercice 2013 à 2,05 EUR par action, soit une hausse de 21 % par rapport à l'ensemble de l'exercice 2012. En cas d'approbation, les actions seront négociées ex-coupon à partir du 5 mai 2014 et les dividendes seront dus à compter du 8 mai 2014. La date d'enregistrement est fixée au 7 mai 2014.
- **Rapport financier 2013** : disponible sur notre site web www.ab-inbev.com

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 26 février 2014 – 3 / 36



Tableau 1. Résultats consolidés (millions d'USD)

	EX12	EX12	EX13	Croissance
	Rapporté	Base de référence		interne
Volumes totaux (milliers d'hts)	402 631	430 821	425 939	-2,0%
Volumes de nos propres bières	352 921	381 111	377 177	-2,0%
Volumes des non-bières	47 756	47 756	46 739	-2,2%
Produits de tiers	1 954	1 954	2 023	2,8%
Produits	39 758	42 927	43 195	3,3%
Marge brute	23 336	25 173	25 601	5,0%
EBITDA normalisé	15 525	16 480	17 188	8,1%
EBIT normalisé	12 779	13 537	14 203	9,3%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	7 201		7 936	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	7 160		14 394	
Bénéfice normalisé par action (USD)	4,50		4,91	
Bénéfice par action (USD)	4,48		8,90	
Marges				
Marge brute	58,7%	58,6%	59,3%	96 bp
Marge EBITDA normalisée	39,0%	38,4%	39,8%	179 bp
Marge EBIT normalisée	32,1%	31,5%	32,9%	182 bp
	4T12	4T12	4T13	Croissance
	Rapporté	Base de référence		interne
Volumes totaux (milliers d'hts)	100 098	111 987	110 442	-1,7%
Volumes de nos propres bières	85 826	97 715	96 140	-2,0%
Volumes des non-bières	13 804	13 804	13 809	-
Produits de tiers	468	468	493	5,4%
Produits	10 287	11 621	11 711	4,6%
Marge brute	6 187	7 001	7 229	7,9%
EBITDA normalisé	4 392	4 814	5 199	13,1%
EBIT normalisé	3 679	4 021	4 365	14,5%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 772		2 374	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 736		2 519	
Bénéfice normalisé par action (USD)	1,10		1,46	
Bénéfice par action (USD)	1,09		1,54	
Marges				
Marge brute	60,1%	60,2%	61,7%	186 bp
Marge EBITDA normalisée	42,7%	41,4%	44,4%	336 bp
Marge EBIT normalisée	35,8%	34,6%	37,3%	325 bp

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 26 février 2014 – 4 / 36

COMMENTAIRES DE LA DIRECTION

En 2013, Anheuser-Busch InBev a continué à se concentrer sur la création et le développement d'opportunités, basant sa stratégie d'investissement sur le long terme, s'appuyant sur sa forte position de brasseur d'un grand nombre des marques de bière les plus appréciées dans le monde et en œuvrant en permanence pour atteindre ses objectifs ambitieux et ses rêves encore plus grands. Grâce à cela, nos équipes ont réalisé au cours de l'année écoulée, une solide progression dans de nombreux domaines, notamment :

- L'amélioration d'indicateurs financiers clés tels que les produits, l'EBITDA, le flux de trésorerie provenant des opérations d'exploitation et le bénéfice par action normalisé.
- L'intégration réussie de Grupo Modelo, une réalisation passionnante qui devrait, selon nous, dégager des opportunités de croissance au Mexique – l'un des marchés brassicoles les plus importants du monde – et créer une croissance des marques au niveau mondial, un nouveau potentiel de marché et d'importantes synergies de coûts.
- Une expansion continue de nos marques mondiales Budweiser, Stella Artois et notre toute nouvelle marque mondiale Corona.
- Un puissant flux d'innovation qui a donné naissance à de nouveaux produits leader du secteur.
- Une progression significative dans le cadre de nos programmes en faveur d'un Monde Meilleur, destinés à promouvoir la consommation responsable, le respect de l'environnement et le soutien aux communautés.

Durant l'année, nous avons dû faire face à des conditions macroéconomiques difficiles sur un certain nombre de nos marchés, entraînant une performance des volumes en-deçà de nos attentes. Toutefois, nous sommes fiers de la manière dont nos collaborateurs ont relevé ces défis et sont restés concentrés sur la poursuite de création de croissance rentable et la création de valeur pour nos actionnaires. Nous sommes enthousiastes quant aux projets que nous avons mis sur pied pour stimuler la croissance des volumes et des produits en 2014, et les soutenons en augmentant nos investissements commerciaux et en vente & marketing.

Une performance dynamisée par nos marques mondiales

Nos produits totaux ont augmenté de 3,3 % pour atteindre 43,2 milliards d'USD. Cette hausse s'explique principalement par une bonne performance de nos marques mondiales, qui ont progressé de 4,7 %, et par des initiatives de gestion des revenus qui ont permis d'accroître nos produits par hl. Nous avons constaté une excellente croissance de Budweiser, qui a progressé de 6,4 % grâce au fort attrait qu'elle a suscité en Chine, au Brésil, en Russie et au Royaume-Uni, tandis que Corona a gagné 3,9 %, avec une solide performance au Mexique et dans d'autres marchés d'exportation clés.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 26 février 2014 – 5 / 36

Les Coûts des Ventes par hl ont augmenté de 4,3 %, reflétant principalement les hausses généralisées des coûts des matières premières et des effets de change, partiellement compensés par des synergies de coûts au Mexique et une gestion des coûts stricte. Les frais commerciaux et de marketing ont augmenté de 4,5 % suite à nos nombreux investissements dans le développement de nos marques.

L'EBITDA a progressé de 8,1 %, tandis que la marge EBITDA a augmenté de 179 points de base pour atteindre 39,8 %, profitant d'une croissance des produits par hl, d'une grande discipline en matière de maîtrise des coûts et des synergies résultant du rapprochement avec Grupo Modelo. Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs de capitaux propres a enregistré une hausse de 10,2 % à 7,9 milliards d'USD – soit 4,91 USD par action – par rapport aux 7,2 milliards d'USD ou 4,50 USD par action en 2012. Le flux de trésorerie provenant des opérations d'exploitation a augmenté de 4,5 % pour atteindre 13,9 milliards d'USD. Nous avons terminé l'année 2013 avec un ratio endettement net / EBITDA de 2,16x, qui tient compte de l'impact annualisé de la transaction Grupo Modelo. En Janvier 2014, nous avons annoncé l'acquisition proposée d'Oriental Brewery en Corée du Sud. Suite à cette transaction, nous nous attendons à atteindre notre objectif de ratio d'endettement net/EBITDA en dessous de 2.0x après la fin de 2014.

En ligne avec notre engagement de retourner de la valeur à nos actionnaires et d'offrir un flux de dividendes stable et croissant, le Conseil d'administration d'AB InBev a annoncé un dividende total de 2,05 EUR par action pour l'exercice 2013. Ce chiffre comprend un acompte sur dividende de 0,60 EUR par action versé en novembre 2013 et un dividende final proposé de 1,45 EUR par action, qui sera payé – s'il est approuvé – en mai 2014.

Grupo Modelo : développer les marques, les marchés et les synergies.

En juin 2013, nous avons finalisé avec succès notre rapprochement avec Grupo Modelo et commençons déjà à récolter les bénéfices de ce rapprochement important. L'équipe mexicaine a adopté, rapidement et avec enthousiasme, notre culture d'entreprise. Grâce à cela, nous avons réalisé à ce jour des synergies de coûts d'environ 460 millions d'USD, dont près de 385 millions d'USD générés depuis le rapprochement et 75 millions d'USD supplémentaires obtenus avant la finalisation suite au partage des meilleures pratiques. Nous maintenons notre engagement à créer 1 milliard d'USD de synergies de coûts d'ici fin 2016, dont la majeure partie avant fin 2015. Nous sommes également sur la bonne voie pour réaliser des améliorations du fonds de roulement de 500 millions d'USD durant les deux premières années suivant la finalisation de l'opération.

Outre les synergies, de nombreux facteurs font de cette transaction une source de perspectives de croissance à long terme des plus intéressantes. En intégrant le Mexique, nous nous positionnons dans le quatrième marché mondial en termes de bénéfices pour le secteur brassicole, un marché ayant un potentiel de croissance très attractif. En ajoutant Corona comme nouvelle marque mondiale, nous prévoyons de tirer pleinement profit des opportunités de faire connaître cette marque unique et emblématique auprès d'un plus grand nombre de consommateurs en âge de consommer de la bière, à travers le monde

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 26 février 2014 – 6 / 36

entier. Enfin, nous voyons un grand potentiel de progression dans le fait d'introduire et de développer d'autres marques d'AB InBev sur le marché mexicain, grâce à notre réseau de distribution.

Cette transaction demeure à ce jour l'une des introductions les plus fluides et efficaces de notre longue et riche histoire en termes de rapprochement d'entreprises. Nous avons pris un bon départ et nous réjouissons d'avance d'asseoir notre succès à l'avenir.

Renforcer notre position en Asie-Pacifique

En janvier 2014, nous avons annoncé la conclusion d'un accord concernant le rachat d'Oriental Brewery (OB), le brasseur leader en Corée du Sud, pour 5,8 milliards d'USD. Cette transaction réunit à nouveau OB et AB InBev, qui vendit l'entreprise en 2009 dans le cadre de son engagement de désendettement suite au rapprochement avec Anheuser-Busch, avec l'option de racheter l'entreprise. Suite à l'accord conclu en 2009, AB InBev recevra également quelque 320 millions d'USD en espèces à la clôture de cette transaction, sous réserve d'ajustements à la clôture. OB dispose d'un solide portefeuille de marques – dont Cass, qui n'est autre que la marque de bière numéro un en Corée du Sud, ainsi qu'OB Golden Lager et Cafri – et viendra enrichir significativement notre plateforme au sein de la région de l'Asie-Pacifique en plein essor. La Corée du Sud est un marché brassicole attrayant avec de fortes perspectives de croissance nationales et une demande croissante de marques de bière premium. Depuis 2009, l'équipe talentueuse et consciencieuse d'Oriental Brewery a fait de l'entreprise le plus grand brasseur sur son marché. Nous nous réjouissons de l'opportunité de poursuivre le développement des marques OB tant sur le marché national que sur le marché de l'exportation, tout en étendant la distribution en Corée du Sud de marques AB InBev comme Budweiser, Corona et Hoegaarden, ainsi que d'offrir davantage de choix aux consommateurs et de partager les meilleures pratiques. La transaction est soumise aux approbations réglementaires en Corée du Sud ainsi qu'aux autres conditions de clôture d'usage, et devrait être finalisée au cours du premier semestre 2014.

Marchés équilibrés et présence mondiale

Notre expansion au Mexique et notre retour prévu en Corée du Sud soulignent un élément important de notre stratégie de marché : nous ciblons l'un des pools de bénéfices du secteur brassicole les plus importants au monde, avec un juste équilibre entre marchés établis et marchés émergents. En réalité, nos quatre marchés principaux – les Etats-Unis, le Brésil, la Chine et le Mexique – représentent près de la moitié du volume du secteur brassicole mondial. Les marchés émergents représentaient 64 % de nos volumes de bière en 2013 et le potentiel de contributions plus importantes de ces régions est un facteur significatif de création de valeur future pour AB InBev.

Alors que plusieurs de nos marchés clés ont été exposées à une conjoncture sectorielle et économique difficile durant l'année écoulée, notre présence mondiale nous a permis d'avancer du point de vue stratégique et opérationnel dans chaque région. Nous pouvons citer des exemples de progression dans chaque Zone. En Amérique du Nord, la famille des

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 26 février 2014 – 7 / 36

Ritas et notre innovation Budweiser Black Crown ont remporté un immense succès auprès des consommateurs. Le volume de Corona a été stimulé par une solide croissance au Mexique et sur ses principaux marchés d'exportation. Budweiser et Stella Artois enregistrent la meilleure progression du secteur brassicole au Brésil. Sur la plupart de nos marchés d'Amérique latine Nord, la part de marché est restée stable ou s'est accrue grâce à un solide portefeuille de marques et à nos innovations. La santé des marques Jupiler et Leffe a été solide sur leurs marchés clés en Europe de l'Ouest. Budweiser s'est bâti une forte présence dans le segment premium en Russie et en Ukraine. Et en Chine, notre croissance demeure extrêmement vigoureuse, grâce à la popularité croissante de Budweiser et Harbin, avec un programme d'expansion de brasseries ainsi que des acquisitions de brasseries stratégiques pour soutenir notre croissance dans de nouvelles régions du pays.

Nous avons également combiné nos zones d'Europe de l'Ouest et d'Europe centrale & de l'Est en une Zone Europe unique – changement effectif à partir de janvier 2014 – et nous pensons que cette structure améliorera notre capacité à tirer profit des opportunités et à relever les défis rencontrés dans cette région.

Saisir de nouvelles opportunités de croissance

Nous continuons à nous concentrer sur les potentiels de croissance à long terme de notre entreprise. Cette stratégie nous incite à apporter un regard neuf sur nos activités en recherchant et en saisissant continuellement les opportunités de croissance future. Par exemple, bien que nous soyons le plus grand brasseur du monde, nous ne pensons pas que notre potentiel se limite aux occasions et opportunités traditionnelles de consommation de bière. Nos stratégies visent à saisir une « part de consommation de boissons » croissante en attirant des consommateurs provenant de catégories comme le vin, les alcools forts et d'autres boissons alcoolisées, en créant de nouvelles occasions de consommation comme l'apéritif à la Leffe comme apéritif et en développant des boissons à base de bière pour les clients ayant l'âge légal qui d'habitude ne boivent pas de bière, comme les *Ritas* qui sont très populaires auprès des femmes.

Cette vision élargie du marché total des boissons alcoolisées met en évidence notre objectif de créer de nouvelles occasions de partager nos produits avec les consommateurs, de lancer des produits innovants qui répondent à un plus grand nombre de goûts et de créer des liens plus étroits avec les consommateurs d'aujourd'hui via un large éventail de canaux, dont les médias numériques et sociaux. Nous sommes convaincus que notre approche stimulera la croissance des produits et des volumes, qui est essentielle à la rentabilité à long terme et à la création de valeur pour nos actionnaires.

Pour développer notre entreprise, nous analysons plus profondément les comportements et les motivations des consommateurs adultes. Nous cherchons à connaître leurs valeurs essentielles, mais aussi à comprendre comment leurs préférences et leurs attentes sont influencées par les différentes circonstances. Ces informations nous ont permis de créer et de positionner des produits pour des moments de consommation spécifiques : profiter d'un

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 26 février 2014 – 8 / 36

match ou d'un événement musical entre amis, se détendre après le travail, assister à une fête ou partager un repas.

La connaissance des consommateurs est à la source de notre plateforme d'innovation. Aux États-Unis, nous avons introduit Stella Artois Cidre, ainsi que Bud Light Lime *Straw-Ber-Rita*, pour séduire des consommateurs qui choisissent habituellement d'autres boissons que la bière. Nos extensions de gamme Shock Top et le lancement national de Goose Island fut une réponse à l'intérêt accru des consommateurs américains pour la bière artisanale. Nous avons développé des produits destinés aux occasions de consommation nocturnes, comme Quilmes Night en Argentine. Nous mettons également l'accent sur l'association de la bière avec la gastronomie, via des marques comme Stella Artois, Leffe et Hoegaarden, tandis que la nouvelle Budweiser Supreme et l'expansion aux quatre coins du pays de Harbin Cooling stimulent les occasions de consommation lors des repas en Chine. Parmi d'autres innovations favorisées par la connaissance des consommateurs, citons le conditionnement et les promotions, comme nos bouteilles en verre consignées de 300 ml qui remportent un vif succès au Brésil et les nouveaux présentoirs réfrigérés dans les magasins de détail qui reflètent la demande de bière fraîche de la part des consommateurs. De plus, Brahma 0.0% offre l'option d'une bière sans alcool pour les occasions de consommation traditionnellement réservés aux sodas.

Nous continuons de créer des liens entre les consommateurs et nos marques via les médias sociaux et numériques. Nous avons affecté d'importantes ressources marketing à l'activation numérique, et nos marques ont aujourd'hui plus de 100 millions de fans et followers sur Facebook, Twitter et autres médias sociaux pertinents. Au cours de l'année écoulée, nous nous sommes également rapprochés des consommateurs via des événements majeurs tels que, entre autres, le festival musical Budweiser *Made in America* et la campagne publicitaire *MADE for Music*, le sponsoring de compétitions sportives comme la Coupe des Confédérations de la FIFA Brésil 2013, la National Football League (NFL), le Super Bowl et la Major League Baseball (MLB) aux États-Unis, ainsi que d'autres manifestations internationales phares.

Notre capacité à saisir ces opportunités de croissance reflète la force de notre plateforme Rêve-Collaborateurs-Culture. Nous sommes animés par notre Rêve d'être la Meilleure Entreprise Brassicole dans un Monde Meilleur. Nous attirons et façonnons des *Collaborateurs* talentueux, dévoués et travailleurs, et suivons une *Culture* axée sur un esprit d'« ownership » incitant nos collaborateurs à donner le meilleur d'eux-mêmes. Nous apprécions l'engagement capital de nos collègues du monde entier et continuons d'investir dans des programmes visant à attirer, développer et retenir les collaborateurs, qui sont notre véritable avantage compétitif à long terme. A cet égard, nous sommes ravis de constater que notre développement nous a permis d'attirer un nombre croissant de talents exceptionnels internationaux, avec cette année, une participation record à nos programmes *Global Management Trainee* et *MBA*.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 26 février 2014 – 9 / 36

Partager des occasions de construire un Monde Meilleur

En tant qu'entreprise internationale en plein essor, AB-InBev a la possibilité – mais aussi la responsabilité – d'améliorer le monde dans lequel nous vivons et travaillons. En 2013, nous avons progressé dans chacun des trois domaines qui incarnent notre rêve d'un Monde Meilleur.

- *Promotion de la consommation responsable.* Nous avons considérablement avancé vers les objectifs que nous nous sommes fixés en matière de la consommation responsable, en éduquant les consommateurs sur la nécessité de désigner un conducteur qui ne boit pas, en encourageant des millions d'adultes à aborder avec leurs enfants le sujet de la consommation d'alcool par les jeunes n'ayant pas atteint l'âge légal, ainsi qu'en formant le personnel des bars et commerces de détail à la vente responsable de boissons.
- *Protection et préservation de l'environnement.* Nous avons atteint, voire dépassé, nos objectifs environnementaux initiaux et nous nous sommes engagés à atteindre un ensemble d'objectifs encore plus ambitieux d'ici fin 2017 - dont une diminution accrue de la consommation d'eau et d'énergie, des émissions de gaz à effet de serre et des emballages - et à mener des initiatives de protection des bassins versants situés à proximité de sites de production clés et de réduction des risques liés à l'eau dans les principales régions de culture d'orge.
- *Implication au sein de nos communautés.* Nous avons continué à contribuer au bien-être de nos communautés à travers le monde en apportant une aide d'urgence aux régions frappées par des catastrophes naturelles, en soutenant l'éducation et en organisant des actions de bénévolat du personnel.

Un avenir prometteur

En regardant vers l'avenir, nous continuons à percevoir des opportunités de croissance à long terme très intéressantes pour AB InBev. Nous bénéficions d'une solide présence sur les marchés brassicoles les plus importants et les plus rentables du monde, y compris dans les pays émergents où une catégorie de consommateurs croissante devrait stimuler la demande de nos produits premium. Nous disposons d'un portefeuille varié qui compte six des dix marques les plus valorisées dans le monde, selon BrandZ™, dont plusieurs voient leurs parts progresser dans les nouveaux marchés. Nous pensons également détenir le portefeuille premium international le plus solide du monde. Sans oublier que nous possédons une équipe de collaborateurs talentueux, inspirés par notre culture d'« ownership », qui ont démontré leur capacité à obtenir de bons résultats dans tous les cycles de marché. Pour exploiter les opportunités qui s'offrent à nous, nous continuerons à :

- Tirer profit de notre forte culture d'entreprise, fondée sur l'« ownership », la méritocratie et l'absence de formalité
- attirer, développer et retenir les meilleurs collaborateurs
- investir dans nos marques prioritaires afin de stimuler la premiumisation de notre portefeuille et de la catégorie bière

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 26 février 2014 – 10 / 36

- utiliser notre connaissance des consommateurs pour guider l'innovation axée sur la croissance
- chercher à étendre globalement notre part de consommation de boissons alcoolisées
- poursuivre l'expansion régionale sur les marchés à croissance plus rapide
- être précurseurs dans l'utilisation des médias sociaux et numériques pour nous connecter avec les consommateurs et les engager
- privilégier l'excellence dans l'exécution et la discipline dans la gestion de nos allocations de ressources
- mener et intensifier nos initiatives en faveur d'un Monde Meilleur.

Dans ce contexte, les priorités majeures pour nos marchés clés en 2014 incluent :

Aux États-Unis :

- **Investir dans nos marques prioritaires.** Investir dans le nouveau positionnement innovant de Bud Light, continuer à stimuler des améliorations quant à la part de marché de Budweiser, accroître notre part de marché dans la catégorie sub-premium en se concentrant sur les marques Michelob Ultra, Stella Artois, Shock Top et Goose Island, et déployer des initiatives de développement des parts de consommation de boissons incluant les nouvelles saveurs de la famille des Ritas, Stella Artois Cidre et notre nouvelle marque de cidre, Johnny Appleseed.
- **Exécution des ventes et initiatives de marketing associé.** Poursuivre le déploiement de *notre approche basée sur un portefeuille équilibré*, qui offre aux détaillants un espace de rayonnage, un assortiment et des informations sur les caractéristiques et la présentation des produits figurant parmi les meilleurs du secteur, sans oublier un ensemble de directives et de recommandations personnalisées pour les aider à développer leur activité. Augmenter le nombre de programmes de marketing associé testés et éprouvés, en particulier dans le secteur de l'Horeca.
- **Gestion des revenus.** Accroître les produits par hl grâce au portefeuille de marques et d'emballages, incluant la nouvelle bouteille en aluminium refermable de 455 ml, à des initiatives de packs à prix spéciaux et à une optimisation de nos activités promotionnelles.

Au Mexique :

- **Développer la catégorie bière.** Accroître la consommation par habitant grâce à un solide portefeuille de marques prioritaires, comprenant notamment les familles de marque Corona et Modelo, Victoria et Bud Light, et améliorer l'expérience d'achat. Optimiser l'opportunité de favoriser de nouvelles occasions de consommation au Mexique via notre sponsoring de la Coupe du Monde de la FIFA 2014.
- **Augmenter les volumes premium.** Exploiter notre portefeuille national et international pour augmenter les volumes de nos marques premium.
- **Synergies de coûts et de fonds de roulement.** Poursuivre les solides résultats réalisés en 2013 et tenir nos engagements sur le marché.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 26 février 2014 – 11 / 36

Au Brésil :

- **Accroître la demande et multiplier les occasions de consommation.** Maintenir l'accent sur les initiatives de gestion des revenus et la stratégie de tarification des packs, étendre la distribution des bouteilles en verre consignées de 300 ml et d'un litre, et introduire d'autres innovations d'emballage pour stimuler la demande et accroître les occasions de consommation
- **Exécution en lien avec la Coupe du Monde.** Exploiter notre sponsoring de la Coupe du Monde de la FIFA 2014 pour stimuler le volume, la part de marché, la valeur de la marque et la renommée de l'entreprise.
- **Augmenter les volumes premium** Accroître davantage les volumes premium en tirant profit de notre solide portefeuille de marques premium nationales et internationales
- **Opportunités géographiques** Exécuter des plans spécifiques dans des régions ciblées où nous identifions des opportunités en termes de volume et de part de marché.

En Chine :

- **Renforcer la préférence des consommateurs.** Asseoir la position de leader de Budweiser en tant que marque premium emblématique, en favorisant sa croissance dans des canaux stratégiques. Développer Harbin et Harbin Ice respectivement en tant que marques nationales *core* (cœur de marché) et *core plus*.
- **Expansion.** Continuer à améliorer notre présence sur les marchés chinois les plus attrayants par la création de nouveaux sites de production et des acquisitions ciblées, tout en renforçant la distribution de nos marques sur de nouveaux canaux, dans de nouvelles villes et de nouveaux segments.
- **Maximiser la performance dans nos provinces clés.** Développer nos activités dans nos 'bastions' du Nord-Est et du Sud-Est.

PERSPECTIVES

Nos perspectives pour 2014 :

- (i) **Volumes** : Nous prévoyons aux Etats-Unis une amélioration de la tendance des volumes du secteur par rapport à 2013, favorisée par une économie plus forte mais partiellement atténuée par des conditions climatiques hivernales difficiles au 1T14. Nous nous attendons à ce que le secteur brassicole mexicain renoue avec la croissance durant l'EX14, grâce notamment à une économie plus forte ainsi qu'à nos propres programmes commerciaux. Nous nous attendons à ce que les volumes du secteur brassicole au Brésil retrouvent leur croissance durant l'EX14, sous l'impulsion de la Coupe du Monde de la FIFA 2014. Nous prévoyons une année avec une croissance robuste des volumes du secteur en Chine.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 26 février 2014 – 12 / 36

- (ii) **Produits par hl** : Nous nous attendons à une croissance interne des produits par hl en ligne avec l'inflation, sur une base géographique constante, suite à l'amélioration permanente de notre portefeuille et à des améliorations de gestion des revenus.
- (iii) **Coûts des Ventes par hl** : Nous nous attendons à ce que les CdV par hl affichent une croissance organique d'un seul chiffre dans le bas de la fourchette, sur base géographique constante, due notamment au portefeuille et à l'effet de change transactionnel défavorable (principalement BRL/USD), partiellement compensée par des évolutions favorables du prix de matières premières au niveau mondial, 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 à un seul chiffre dans le bas de la fourchette.
- (v) **Investissements commerciaux et de marketing** : Nous prévoyons une hausse de nos investissements commerciaux et de marketing dans la fourchette basse-moyenne des dizaines puisque nous continuons à améliorer la performance des volumes et des produits en supportant nos marques. Cette hausse inclut un investissement dans nos innovations, la Coupe du Monde de la FIFA 2014 et l'augmentation de programmes de marketing commerciaux qui ont fait leurs preuves. Nous nous attendons à ce que la hausse des investissements commerciaux et de marketing porte principalement sur le premier semestre de l'année, étant donné le calendrier des activations relevantes.
- (vi) **Coûts financiers nets** : Le coupon moyen sur la dette nette devrait se situer entre 4,3 et 4,8 %. Les charges d'intérêts nettes liées aux retraites et les charges de désactualisation devraient avoisiner respectivement 35 et 80 millions d'USD par trimestre. D'autres résultats financiers continueront de subir l'impact des gains et pertes potentielles liés à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions.
- (vii) **Taux d'imposition effectif** : Nous prévoyons que le taux d'imposition effectif (TIE) normalisé de l'EX14 se situe entre 21 % et 23 %. Nous prévoyons que le TIE normalisé se situe entre 22 % et 25 % pendant la période 2015-2017 et entre 25 % et 27 % par la suite.
- (viii) **Dépenses nettes d'investissement** : Nos prévisions concernant les dépenses nettes d'investissement pour l'EX14 sont d'environ 4,0 milliards d'USD, cette hausse étant principalement stimulée par des investissements pour les consommateurs et des investissements commerciaux liés à nos programmes de marché et notre flux important d'innovations.
- (ix) **Endettement** : Notre structure de capital optimale demeure un ratio endettement net / EBITDA aux alentours de 2,0x. Près d'un tiers de la dette brute d'AB InBev est exprimée en devises autres que le dollar américain, principalement en euros.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 26 février 2014 – 13 / 36

BASE DE REFERENCE

Nous joignons en Annexe 3 la base de référence 2013 à des fins de comparaison avec les futurs résultats de l'EX14. La base de référence 2013 inclut 12 mois d'activités de Grupo Modelo pour faciliter la compréhension de l'activité sous-jacente d'AB InBev. La base de référence 2013 reflète en outre la fusion des Zones Europe de l'Ouest et Europe centrale & de l'Est en une Zone Europe unique, ainsi qu'un certain nombre de modifications dans les rapports de gestion intra-Zone, entrées en vigueur le 1^{er} janvier 2014.

PERFORMANCE OPERATIONNELLE

L'information sectorielle détaillée sur la performance financière de l'EX13 et du 4T13 est présentée dans l'Annexe du présent communiqué de presse.

Tableau 2. Volumes (milliers d'hl)

	EX12 Base de référence	Scope	Croissance interne	EX13	Croissance interne	
					Volumes totaux	Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	125 139	275	-3 299	122 116	-2,6%	-2,7%
Mexique	23 038	-	-672	22 366	-2,9%	-2,9%
Amérique latine Nord	122 382	795	-4 049	119 128	-3,3%	-3,9%
Amérique latine Sud	38 097	-	-1 179	36 918	-3,1%	-2,8%
Europe de l'Ouest	29 634	-	-1 249	28 385	-4,2%	-4,3%
Europe centrale et de l'Est	22 785	-	-3 600	19 185	-15,8%	-15,8%
Asie-Pacifique	57 667	2 923	5 197	65 787	9,0%	9,0%
Exportations Globales et Sociétés Holding	12 079	-223	198	12 054	1,7%	1,7%
AB InBev au niveau mondial	430 821	3 770	-8 652	425 939	-2,0%	-2,0%

	4T12 Base de référence	Scope	Croissance interne	4T13	Croissance interne	
					Volumes totaux	Volumes de nos propres bières
Amérique du Nord	28 664	30	-546	28 148	-1,9%	-2,0%
Mexique	10 192	-	-458	9 733	-4,5%	-4,5%
Amérique latine Nord	36 163	5	-733	35 435	-2,0%	-2,8%
Amérique latine Sud	11 348	-	30	11 378	0,3%	0,4%
Europe de l'Ouest	7 329	-	-264	7 065	-3,6%	-3,6%
Europe centrale et de l'Est	4 943	-	-1 225	3 718	-24,8%	-24,8%
Asie-Pacifique	9 861	410	973	11 244	9,9%	9,9%
Exportations Globales et Sociétés Holding	3 487	-35	269	3 721	7,8%	7,8%
AB InBev au niveau mondial	111 987	410	-1 955	110 442	-1,7%	-2,0%

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 26 février 2014 – 14 / 36

Amérique du Nord (NA)

Les volumes totaux de la Zone Amérique du Nord ont enregistré une baisse de 2,6 % durant l'EX13 et de 1,9 % au 4T13.

Aux **États-Unis**, nous estimons que les ventes aux détaillants (VAD) corrigées des jours de vente du secteur ont diminué de 1,8 % durant l'EX13 et de 0,7 % au 4T13, avec une baisse de nos propres VAD de 2,9 % au cours de l'EX13 et de 1,4 % au 4T13. Nos VAD du quatrième trimestre ont bénéficié du retard de certains achats du commerce de détail effectués avant notre augmentation de prix, comme nous l'annoncions dans notre communiqué sur les résultats du 3T13. Nos volumes de livraison (VAG) ont chuté de 2,7 % au cours de l'EX13 et de 2,0 % au 4T13.

Nous estimons que notre part de marché a perdu environ 50 points de base durant l'EX13 et 40 points de base au 4T13, principalement en raison du changement vers un mix haut de gamme où nous sommes sous représenté par rapport à l'industrie.

Durant l'EX13, nous estimons que les familles Budweiser et Bud Light ont perdu chacune environ 15 points de base en part de marché, toutes deux étant soutenues par de solides performances de leurs extensions de gamme. Selon nos estimations, nous avons enregistré pendant l'année une bonne croissance de part de marché de nos marques sub-premium, avec un gain d'environ 20 points de base de part de marché pour Budweiser Black Crown et plus de 50 points de base pour la famille des *Ritas*. Michelob Ultra, Shock Top, Stella Artois ainsi que nos autres marques haut de gamme qui ont aussi gagné plus de 20 points de base en part de marché, d'après nos estimations. Nous continuons à focaliser notre attention sur une neutralité de la part de marché en investissant dans nos marques, en déployant des programmes de marketing associé qui ont fait leurs preuves et en entretenant une solide filière d'innovation.

Aux États-Unis, les produits par hl (bières uniquement) ont progressé de 3,1 % au cours de l'EX13, avec une amélioration de notre portefeuille de marques d'environ 90 points de base. Le portefeuille de marques a bénéficié de la croissance de la famille des *Ritas*, de la croissance de Michelob Ultra, Shock Top, Stella Artois et de nos autres marques haut de gamme, ainsi que de la tendance des consommateurs à se tourner vers nos marques plus chères. Au 4T13, les produits par hl (bières uniquement) aux États-Unis ont augmenté de 1,3 %, subissant l'impact de certains retards par rapport au timing de notre augmentation de prix de 2013, comme annoncé précédemment. Nous avons également fait face à une base de comparaison difficile pour le portefeuille distribution au 4T13 suite à la préparation du lancement de nos innovations premium plus très tôt en 2013.

La marge EBITDA de l'EX13 aux États-Unis a augmenté de 20 points de base pour atteindre 41,9 %.

Au **Canada**, nos volumes de bière ont baissé de 2,3 % durant l'EX13 et de 0,3 % au 4T13, le quatrième trimestre bénéficiant d'une base de comparaison avantageuse due au lock-out qui avait paralysé la ligue de hockey sur glace au 4T12. Nous estimons que notre part de

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 26 février 2014 – 15 / 36

marché a perdu environ 40 points de base durant l'EX13, terminant l'année à 40,1 %, avec une forte performance de Bud Light qui a augmenté à la fois son volume et sa part de marché. Comme annoncé précédemment, nous allons commencer, à partir du mois de mars 2014, à distribuer les marques Grupo Modelo au Canada, ce qui viendra améliorer encore la qualité de notre portefeuille de marques canadien.

L'EBITDA de la Zone Amérique du Nord a augmenté de 0,4 % à 6 728 millions d'USD au cours de l'EX13, avec un léger accroissement de la marge EBITDA à 42,0 %. L'EBITDA a reculé de 0,9 % à 1 549 millions d'USD au 4T13, avec une diminution de la marge de 23 points de base causée par une hausse des investissements commerciaux et de marketing ainsi que par une hausse des frais administratifs liées au calendrier des provisions pour la rémunération variable.

Mexique

En 2013, les volumes du secteur brassicole mexicain ont subi l'impact de la faiblesse de l'économie ainsi que des mauvaises conditions météorologiques du mois de septembre. L'annonce de hausses d'impôts directs et indirects, effectives début 2014, a également eu un effet négatif sur la confiance des consommateurs vers la fin de l'année. Nos propres volumes ont enregistré une baisse de 2,0 % sur les 12 mois de 2013 et de 4,5 % au 4T13. Nous estimons que notre part de marché s'élevait pendant l'année à 58,4 %, soit une amélioration par rapport au niveau historique de 58,0 %. La famille Corona et Bud Light ont toutes deux enregistré de bons résultats au cours de l'année.

Au Mexique, les produits par hl (bières uniquement) nationaux ont progressé de 6,6 % au cours de l'EX13 et de 7,3 % au 4T13 grâce notamment à nos initiatives de gestion des revenus, incluant quelques avantages non-récurrents résultant d'améliorations en matière de segmentation des marques.

Nous avons réalisé à ce jour des synergies de coûts d'environ 460 millions d'USD, dont près de 385 millions d'USD générés depuis la conclusion et 75 millions d'USD supplémentaires délivrés par le management de Modelo avant l'intégration grâce au partage des meilleures pratiques. La majeure partie des économies de coûts a été réalisée dans la Zone Mexique, le reste ayant été généré au niveau des activités d'exportations et sociétés holding (GEHC). Nous maintenons notre engagement à créer 1 milliard d'USD de synergies de coûts d'ici fin 2016, dont la majeure partie avant fin 2015. Nous sommes également sur la bonne voie pour réaliser 500 millions d'USD d'amélioration de fonds de roulement au cours des deux premières années suivant la clôture de l'opération, dont environ 400 millions d'USD au cours de l'EX13.

Durant l'EX13, l'EBITDA de la Zone Mexique a augmenté de 54,0 % à 1 281 millions d'USD et sa marge EBITDA a progressé de 1 475 points de base à 46,3 %, reflétant la réalisation de synergies de coûts due à la mise en œuvre des meilleures pratiques de production, d'initiatives d'approvisionnement et de réductions des frais généraux. Au 4T13, l'EBITDA de la Zone Mexique a augmenté de 44,4 % à 575 millions d'USD, avec une amélioration de la marge EBITDA de 1 274 points de base à 48,1 %.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 26 février 2014 – 16 / 36

Amérique latine Nord (LAN)

Les volumes de la Zone LAN ont diminué de 3,3 % au cours de l'EX13, avec une baisse des volumes de bière de 3,9 % et un déclin des volumes de boissons non alcoolisées de 1,7 %. Au 4T13, les volumes totaux ont baissé de 2,0 %, avec des volumes de bière en baisse de 2,8 % et des volumes de boissons non alcoolisées stables.

Au **Brésil**, nos volumes de bière ont reculé de 4,3 % durant l'EX13 et de 3,4 % au 4T13. Le secteur brassicole a connu une année difficile, principalement en raison du mauvais temps et de la pression exercée par l'inflation des denrées alimentaires sur les revenus disponibles des consommateurs. Malgré ce contexte défavorable, nous avons réussi à réaliser en 2013 de bons produits par hl ainsi qu'une croissance de l'EBITDA, grâce à nos solides initiatives commerciales combinées à une bonne gestion des coûts.

Nos marques premium continuent d'enregistrer une croissance supérieure à celle du reste de notre portefeuille, avec une forte performance de Budweiser, Stella Artois et Original. Nous avons également lancé Brahma 0.0%, notre variante non-alcoolisée de Brahma, devenue la marque leader d'une catégorie qui a progressé de plus de 50 % au cours de l'année.

Nous estimons que les volumes du secteur de la bière au Brésil ont reculé de 3,5 % au cours de l'EX13 et de 2,8 % au 4T13. Selon nos estimations, notre part de marché a diminué d'environ 40 points de base au quatrième trimestre et de 60 points de base durant l'EX13, terminant ainsi l'année avec une part de marché moyenne estimée à 67,9 %, dans la fourchette historique comprise entre 67 % et 69 %.

Au Brésil, les produits par hl de bière ont progressé de 9,3 % au cours de l'EX13 et de 11,7 % au 4T13, bénéficiant de nos initiatives de gestion des revenus, de notre portefeuille premium favorable et d'une augmentation du poids de nos activités de distribution.

Les Coûts des Ventes par hl de la Zone LAN ont augmenté de 11,7 % durant l'EX13, et de 11,8 % au 4T13, en raison de l'effet de change transactionnel, d'un mix d'emballages défavorable et d'une hausse de l'amortissement – partiellement compensé par une baisse des coûts des matières premières.

L'EBITDA de la Zone LAN a grimpé de 10,1 % à 5 819 millions d'USD au cours de l'EX13, avec une croissance de la marge de 230 points de base pour atteindre 53,5 %. Au 4T13, l'EBITDA a augmenté de 19,0 % à 2139 millions d'USD, et la marge a gagné 504 points de base pour atteindre 63,1 %. Les frais de distribution ont augmenté de 14,6 % durant l'EX13 et de 18,6 % au 4T13, essentiellement en raison d'une hausse de nos propres activités de distribution. Les frais administratifs ont augmenté de 4,9 % durant l'EX13, avec une hausse de 80,6 % au 4T13, principalement en raison du calendrier des provisions pour la rémunération variable pendant l'année. Les autres revenus d'exploitation ont progressé pendant le trimestre de 229 millions d'USD incluant un gain non-récurrent de 143 millions d'USD lié à la récupération de fonds soumis à restrictions.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 26 février 2014 – 17 / 36

Amérique latine Sud (LAS)

Les volumes totaux de la Zone LAS ont diminué de 3,1 % au cours de l'EX13, les volumes de bière affichant une baisse de 2,8 % et les volumes de non-bière, une baisse de 3,5 %. Au 4T13, les volumes totaux ont augmenté de 0,3 %, avec des volumes de bière en hausse de 0,4 % et des volumes de non-bière stables.

En **Argentine**, nos volumes de bières ont reculé de 1,9 % au cours de l'EX13. Toutefois, pendant le trimestre, nos volumes ont enregistré une hausse de 1,8 % favorisée par le beau temps, d'importantes contributions de nos innovations et des gains de part de marché suite à la forte performance de Stella Artois et de Brahma. Nous estimons notre part de marché pour l'EX13 à 78,5 %.

Durant l'EX13, l'EBITDA de la Zone LAS a progressé de 17,4 % à 1 491 millions d'USD, avec une croissance de la marge EBITDA de 130 points de base à 45,6 %, stimulée par une hausse des produits mais avec un effet compensatoire d'une forte inflation affectant les coûts. Au 4T13, l'EBITDA a augmenté de 20,6 % et sa marge a gagné 167 points de base pour atteindre 53,9 %.

Europe de l'Ouest (WE)

Les volumes de nos propres bières ont enregistré une baisse de 4,3 % au cours de l'EX13 et de 3,6 % au 4T13.

En **Belgique**, les volumes de nos propres bières ont diminué de 3,0 % durant l'EX13, principalement en raison d'une faible performance du secteur liée aux mauvaises conditions météorologiques au premier semestre. Au 4T13, nos volumes ont augmenté de 0,4 %, grâce à une légère hausse de part de marché.

En **Allemagne**, les volumes de nos propres bières ont reculé de 7,1 % durant l'EX13 et de 8,0 % au 4T13, suite à la faiblesse du secteur et à la baisse de part de marché due à un environnement de prix difficile.

Au **Royaume-Uni**, les volumes de nos propres produits ont diminué de 3,0 % au cours de l'EX13 et de 2,9 % au 4T13. Budweiser a enregistré de bons résultats durant l'EX13, avec une hausse des volumes de 3,0 %.

L'EBITDA de la Zone WE a diminué de 5,0 % à 1 125 millions d'USD au cours de l'EX13, avec une baisse de sa marge de 86 points de base à 31,1 %, due principalement à la perte de volume. Au 4T13, l'EBITDA a chuté de 11,1 % à 287 millions d'USD.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 26 février 2014 – 18 / 36

Europe centrale & de l'Est (CEE)

Les volumes de bière de la Zone CEE ont enregistré une baisse de 15,8 % au cours de l'EX13 et de 24,8 % au 4T13.

En **Russie**, nos volumes de bière ont diminué de 13,6 % durant l'EX13 et de 15,0 % au 4T13, principalement en raison de la faiblesse du secteur suite à d'importants changements réglementaires et d'une perte de parts de marché dans le segment bon marché, en ligne avec notre stratégie de premiumisation. Durant l'EX13, les produits premium et super-premium ont représenté 37 % de nos volumes russes, soit une hausse par rapport aux 35 % de l'EX12.

En **Ukraine**, nos volumes de bière ont diminué de 18,9 % au cours de l'EX13, en raison de la baisse de volume de 41,3 % au 4T13, l'instabilité politique du pays ayant un impact important sur la consommation de bière.

L'EBITDA a diminué de 11,1 % à 225 millions d'USD durant l'EX13, principalement en raison de la faible performance du secteur au cours de l'année.

Asie-Pacifique (APAC)

Les volumes de bière de la Zone Asie-Pacifique ont augmenté de 9,0 % durant l'EX13 et de 9,9 % au 4T13.

En **Chine**, nos volumes de bière ont progressé de 8,9 % au cours de l'EX13 et de 9,8 % au 4T13 grâce notamment à la croissance du secteur selon nos estimations et aux gains de part de marché. Nous estimons que notre part de marché a atteint 14,1 % durant l'EX13, sans tenir compte de l'acquisition d'Asia Breweries, en hausse par rapport aux 13,4 % estimés pour l'EX12. Cette hausse s'explique principalement par une croissance interne robuste des volumes stimulée par notre stratégie de marques prioritaires et par l'expansion géographique. Budweiser demeure la plus grande marque premium en Chine avec plus de 50 % de part de marché dans le segment premium.

L'EBITDA a progressé de 31,5 % à 546 millions d'USD durant l'EX13 et la marge EBITDA a gagné 169 points de base, grâce principalement à la croissance des produits par hectolitre de 8,2% et à un meilleur levier d'exploitation.

Activités d'exportation et sociétés holding (GEHC)

Les GEHC ont enregistré un EBITDA de -25 millions d'USD pour l'EX13, par rapport à -54 millions d'USD pour l'EX12, et de -4 millions d'USD au 4T13 contre -21 millions d'USD au 4T12.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 26 février 2014 – 19 / 36



COMPTE DE RESULTATS CONSOLIDE

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

	EX12 Rapporté	EX12 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	EX13	Croissance interne
Produits	39 758	42 927	212	-1 373	1 428	43 195	3,3%
Coûts des ventes	-16 422	-17 754	-105	429	-165	-17 594	-0,9%
Marge brute	23 336	25 173	108	-943	1 263	25 601	5,0%
Frais de distribution	-3 787	-4 082	9	173	-160	-4 061	-3,9%
Frais commerciaux et de marketing	-5 254	-5 803	-19	123	-259	-5 958	-4,5%
Frais administratifs	-2 200	-2 544	-5	47	-37	-2 539	-1,5%
Autres produits/(charges) d'exploitation	684	793	-	-82	450	1 160	56,8%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents	12 779	13 537	92	-682	1 256	14 203	9,3%
Eléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	-32					6 240	
Coûts financiers nets	-2 348					-2 486	
Coûts financiers nets non-récurrents	-18					283	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	624					294	
Impôts sur le résultat	-1 680					-2 016	
Bénéfice	9 325					16 518	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	7 160					14 394	
Bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires	2 165					2 124	
EBITDA normalisé	15 525	16 480	122	-753	1 340	17 188	8,1%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	7 201					7 936	

	4T12 Rapporté	4T12 Base de référence	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T13	Croissance interne
Produits	10 287	11 621	6	-456	540	11 711	4,6%
Coûts des ventes	-4 100	-4 620	-1	128	12	-4 482	0,3%
Marge brute	6 187	7 001	5	-328	551	7 229	7,9%
Frais de distribution	-932	-1 054	10	48	-51	-1 047	-4,8%
Frais commerciaux et de marketing	-1 238	-1 465	8	21	-42	-1 477	-2,9%
Frais administratifs	-566	-716	11	18	-116	-802	-16,2%
Autres produits/(charges) d'exploitation	228	255	1	-33	239	462	93,8%
Bénéfice d'exploitation avant éléments non-récurrents	3 679	4 021	36	-273	582	4 365	14,5%
Eléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT	-43					-13	
Coûts financiers nets	-790					-669	
Coûts financiers nets non-récurrents	-8					132	
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	126					6	
Impôts sur le résultat	-492					-468	
Bénéfice	2 472					3 353	
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 736					2 519	
Bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires	736					834	
EBITDA normalisé	4 392	4 814	41	-288	632	5 199	13,1%
Bénéfice normalisé attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	1 772					2 374	

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 26 février 2014 – 20 / 36

Produits

Les produits ont augmenté de 3,3 % au cours de l'EX13 et de 4,6 % au 4T13, avec une croissance des produits par hl de 5,6 % durant l'EX13 et de 7,1 % au 4T13. Sur une base géographique constante, la croissance des produits par hl a progressé de 5,8 % au cours de l'EX13 et de 8,4 % au 4T13.

Coûts des Ventes (CdV)

Les Coûts des Ventes (CdV) ont augmenté de 0,9 % au cours de l'EX13, soit 4,3 % par hl sur une base géographique constante. La hausse des CdV a été stimulée par la hausse des coûts des matières premières et par l'effet de change transactionnel au Brésil, partiellement atténués par des synergies de coûts résultant de la mise en œuvre des meilleures pratiques et du déploiement d'initiatives d'approvisionnement au Mexique. Au 4T13, les CdV ont diminué de 0,3 % et ont augmenté de 1,9 % par hl sur une base géographique constante.

Charges d'exploitation

Les charges d'exploitation totales ont augmenté de 0,1 % durant l'EX13 et ont diminué de 1,0 % au 4T13 :

- Les **frais de distribution** ont augmenté de 3,9 % durant l'EX13 et de 4,8 % au 4T13, avec une baisse aux Etats-Unis et la réalisation de synergies de coûts au Mexique, atténuées par une hausse de nos propres activités de distribution au Brésil, une hausse du coût de la main d'œuvre et des frais de transport en Argentine et l'expansion géographique en Chine.
- Les **frais commerciaux et de marketing** ont augmenté de 4,5 % au cours de l'EX13 et de 2,9 % au 4T13, suite à l'accroissement des investissements dans nos marques et innovations.
- Les **frais administratifs** ont augmenté de 1,5 % durant l'EX13 et de 16,2 % au 4T13, principalement en raison du calendrier des provisions pour la rémunération variable.
- Les **autres revenus d'exploitation** ont atteint 1 160 millions d'USD pour l'EX13 par rapport à 793 millions d'USD pour l'EX12, et 462 millions d'USD au 4T13 contre 255 millions d'USD au 4T12, principalement suite aux mesures d'incitation gouvernementales liées à nos investissements au Brésil et à un gain non-récurrent de 143 millions d'USD au Brésil, enregistré au 4T13 et relatif à la récupération de fonds soumis à restrictions.

Eléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT

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

	EX12	EX13	4T12	4T13
Restructuration (pertes de valeur incluses)	-36	-118	-20	0
Ajustement de juste valeur	-	6 410	-	-
Cession d'activités et vente d'actifs (pertes de valeur incluses)	58	30	-4	-9
Coûts des acquisitions encourus dans le cadre des regroupements d'entreprises	-54	-82	-19	-4
Impact sur le résultat d'exploitation	-32	6 240	-43	- 13

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 26 février 2014 – 21 / 36

Le bénéfice d'exploitation normalisé ne comprend pas les éléments non-récurrents des 6 240 millions d'USD de l'EX13, reflétant principalement l'ajustement à la juste valeur de l'investissement initial dans Grupo Modelo inclus dans le compte de résultats conformément aux normes comptables IFRS. Au 4T13, les éléments non-récurrents étaient à -13 millions d'USD.

Coûts financiers nets

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

	EX12	EX13	4T12	4T13
Charges nettes d'intérêts	-1 802	-1 719	- 453	- 389
Charges d'intérêts nettes liées aux pensions	- 160	- 156	- 39	- 40
Charges de désactualisation	- 270	- 360	- 71	- 124
Autres résultats financiers	- 116	- 251	- 227	- 116
Coûts financiers nets	-2 348	-2 486	- 790	- 669
Ajustement à la valeur de marché	-	384	-	133
Autres résultats financiers	- 18	- 101	- 9	- 1
Produits financiers nets non-récurrents	- 18	283	- 9	132
	-2 366	-2 203	- 799	- 537

Les **coûts financiers nets** (hors coûts financiers nets non-récurrents) ont totalisé 669 millions d'USD au 4T13, par rapport à 790 millions d'USD au 4T12, et 2 486 millions d'USD au cours de l'EX13 par rapport à 2 348 millions d'USD au cours de l'EX12. D'autres résultats financiers de -116 millions d'USD au 4T13 comprennent un gain de 158 millions d'USD lié à la couverture de nos programmes de paiements fondés sur des actions pendant le trimestre, compensé par des résultats de change négatifs et par le paiement de frais bancaires et d'impôts dans le cadre de l'activité normale de l'entreprise.

Les **coûts financiers nets non-récurrents** ont totalisé 283 millions d'USD au cours de l'EX13 et 132 millions d'USD au 4T13 suite aux ajustements à la valeur de marché effectués au 4T13 concernant des instruments dérivés conclus pour couvrir le système d'action différé émis lors d'une transaction liée au rapprochement avec Grupo Modelo. Au 31 décembre 2013, 100 % du système d'action différé était couvert à un prix moyen d'environ 68 EUR par action.

Quote-part dans le résultat des entreprises associées

L'EX13 a enregistré une quote-part dans le résultat des entreprises associées de 294 millions d'USD par rapport à 624 millions d'USD durant l'EX12, ce qui est essentiellement imputable aux résultats de Grupo Modelo jusqu'à la finalisation du rapprochement le 4 juin 2013.

Impôt sur le résultat

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

	EX12	EX13	4T12	4T13
Charges d'impôts	1 680	2 016	492	468
Taux d'impôts effectif	16,2%	11,1%	17,3%	12,3%
Taux d'impôt effectif normalisé	16,1%	16,6%	17,4%	13,3%

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 26 février 2014 – 22 / 36

L'impôt sur le résultat pour l'EX13 s'élève à 2 016 millions d'USD, alors qu'il était de 1 680 millions d'USD durant l'EX12. Le taux d'imposition effectif a diminué à 11,1 % pour l'EX13 au lieu de 16,2 % pour l'EX12. La baisse du taux d'imposition effectif résulte principalement de la nature non-imposable du gain non-récurrent lié à l'ajustement à la juste valeur de l'investissement initial dans Grupo Modelo, des gains non-imposables sur certains contrats dérivés liés à la couverture de programmes de paiements fondés sur des actions, des changements du mix de bénéficiaires vers les pays affichant des taux marginaux d'imposition inférieurs, ainsi que d'avantages fiscaux additionnels. Cette baisse a été partiellement compensée par le rapprochement avec Grupo Modelo, dont le taux d'imposition nominal est de 30 %.

Le taux d'imposition normalisé est passé de 16,1 % pour l'EX12 à 16,6 % pour l'EX13, cette hausse résultant principalement d'un changement dans le mix pays suite au rapprochement avec Grupo Modelo.

Au 4T13, l'impôt sur le résultat s'élevait à 468 millions d'USD, avec un TIE de 12,3 %, alors qu'il s'élevait à 492 millions d'USD au 4T12, avec un TIE de 17,3 %. La baisse du TIE normalisé de 17,4% au 4T12 à 13,3% 4T13 résulte principalement de la déduction d'intérêts sur capital au Brésil, partiellement atténué par un changement dans le mix pays.

Bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires

Le bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires a atteint 2 124 millions d'USD durant l'EX13, soit une légère baisse par rapport aux 2 165 millions d'USD de l'EX12, l'amélioration des résultats opérationnels d'Ambev ayant été affectée par des effets de change. Le bénéfice attribuable aux intérêts minoritaires s'élevait à 834 millions d'USD au 4T13, soit une hausse par rapport aux 736 millions d'USD du 4T12.

Bénéfice de l'EX13 et du 4T13

Le bénéfice normalisé attribuable aux porteurs de capitaux propres d'AB InBev a augmenté de 10,2 % en termes nominaux, passant de 7 201 millions d'USD au cours de l'EX12 à 7 936 millions d'USD au cours de l'EX13. Le bénéfice normalisé du 4T13 a augmenté de 34,0 % en termes nominaux, passant de 1 772 millions d'USD au 4T12 à 2 374 millions d'USD, principalement en raison d'une croissance de l'activité sous-jacente et de la réalisation de synergies de coûts au Mexique, ainsi que d'une baisse des coûts financiers nets.

Le bénéfice attribuable aux porteurs de capitaux propres d'AB InBev s'élève à 14 394 millions d'USD pour l'EX13, par rapport aux 7 160 millions d'USD de l'EX12, principalement grâce à l'ajustement à la juste valeur de l'investissement initial dans Grupo Modelo inclus dans le compte de résultats. Le bénéfice attribuable aux porteurs de capitaux propres d'AB InBev inclut l'impact après impôt de produits non-récurrents de 6 458 millions d'USD pour l'EX13 et de 145 millions d'USD pour le 4T13. Ces éléments ne sont pas repris dans le calcul du bénéfice normalisé attribuable aux porteurs de capitaux propres.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 26 février 2014 – 23 / 36

BPA de l'EX13 et du 4T13

Tableau 7. Bénéfice par action (USD)

	EX12	EX13	4T12	4T13
Bénéfice normalisé par action	4,50	4,91	1,10	1,46
Eléments non-récurrents, après impôts, attribuables aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev, par action	-0,01	3,82	-0,01	-
Coûts financiers nets non-récurrents, après impôts, attribuables aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev, par action	-0,01	0,17	-	0,08
Bénéfice de base par action	4,48	8,90	1,09	1,54

Le Bénéfice par action (BPA) normalisé a progressé de 9,1 %, passant de 4,50 USD pour l'EX12 à 4,91 USD pour l'EX13. Le BPA du 4T13 a augmenté de 32,7 %, passant de 1,10 USD au 4T12 à 1,46 USD, cette hausse étant principalement due à une croissance du bénéfice de l'activité sous-jacente et à la réalisation de synergies de coûts au Mexique.

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

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

	EX12	EX13	4T12	4T13
Bénéfice attribuable aux porteurs des capitaux propres d'AB InBev	7 160	14 394	1 736	2 519
Intérêts minoritaires	2 165	2 124	736	834
Bénéfice	9 325	16 518	2 472	3 353
Impôts sur le résultat	1 680	2 016	492	468
Quote-part dans le résultat des entreprises associées	-624	-294	-126	-6
Coûts financiers nets non-récurrents	18	- 283	8	- 132
Coûts financiers nets	2 348	2 486	790	669
Eléments non-récurrents au-dessus de l'EBIT (dépréciations non-récurrentes incluses)	32	-6 240	43	13
Bénéfice d'exploitation (EBIT) avant éléments non-récurrents	12 779	14 203	3 679	4 365
Amortissements et dépréciations	2 746	2 985	713	834
EBITDA normalisé	15 525	17 188	4 392	5 199

L'EBITDA normalisé et l'EBIT normalisé sont des indicateurs utilisés par AB InBev pour établir 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 dépréciation.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 26 février 2014 – 24 / 36

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.

SITUATION FINANCIERE

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

	EX12	EX13
Activités opérationnelles		
Bénéfice	9 325	16 518
Réévaluation de la participation initiale dans Grupo Modelo	-	-6 415
Intérêts, impôts et éléments non-cash inclus dans le bénéfice	6 403	7 135
Flux de trésorerie d'exploitation avant les changements du fonds de roulement et de l'utilisation des provisions	15 728	17 238
Changement du fonds de roulement	1 099	866
Contributions aux plans et utilisation des provisions	- 621	- 653
Intérêts et impôts (payés)/reçus	-3 658	-4 193
Dividendes reçus	720	606
Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles	13 268	13 864
Activités d'investissement		
Dépenses d'investissement nettes	-3 089	-3 612
Acquisition et cession de filiales, sous déduction de la trésorerie acquise/cédée	-1 412	-17 397
Produits nets de cessions d'obligations à court terme	-6 702	6 707
Produits nets de cessions d'actifs détenus en vue de la vente	- 3	4 002
Autre	- 135	19
Flux de trésorerie provenant d'activités d'investissement	-11 341	-10 281
Activités de financement		
Dividendes payés	-3 632	-6 253
(Remboursement)/émissions d'emprunts	3 649	4 458
Emissions d'actions de capital	102	73
Trésorerie perçue sur l'instrument d'action différé	-	1 500
Autre (incluant charges financières nettes autres qu'intérêts)	43	563
Flux de trésorerie provenant des activités de financement	162	341
Augmentation/(diminution) de la trésorerie et équivalents de trésorerie	2 089	3 924

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 26 février 2014 – 25 / 36

AB InBev a enregistré une hausse de la trésorerie et des équivalents de trésorerie de 3 924 millions d'USD durant l'EX13, par rapport à une hausse de 2 089 millions d'USD au cours de l'EX12, en tenant compte des mouvements suivants :

- **Le flux de trésorerie provenant des activités d'exploitation** a atteint 13 864 millions d'USD au cours de l'EX13, par rapport aux 13 268 millions d'USD de l'EX12. Cette progression résulte principalement d'une hausse du bénéfice généré en 2013.
- **Les liquidités nettes provenant des investissements** sont passées de -11 341 millions d'USD en 2012 à -10 281 millions d'USD en 2013. L'évolution des liquidités utilisées pour les investissements au cours de l'EX13 s'explique principalement par le rapprochement avec Grupo Modelo et la vente par Grupo Modelo de son activité américaine à Constellation Brands.
- **Le flux de trésorerie provenant d'activités de financement** s'élevait à 341 millions d'USD durant l'EX13, comparé aux 162 millions d'USD de l'EX12. Le flux de trésorerie provenant d'activités de financement de 2013 reflète le financement du rapprochement avec Grupo Modelo, la hausse des dividendes versés et les produits en espèces résultant du système d'action différé émis lors d'une transaction liée au rapprochement avec Grupo Modelo.

L'endettement net au 31 décembre 2013 était de 38,8 milliards d'USD, soit une hausse de 8,7 milliards d'USD comparé à l'endettement net au 31 décembre 2012, due principalement au rapprochement avec Grupo Modelo.

Le ratio endettement net/EBITDA normalisé est passé de 1,94x au 31 décembre 2012 à 2,26x au 31 décembre 2013, et à 2,16x si l'on inclut 12 mois d'EBITDA de Grupo Modelo.

La trésorerie, les équivalents de trésorerie et les placements à court terme dans les titres d'emprunt, moins les découverts bancaires d'AB InBev, s'élevaient au 31 décembre 2013 à 9 956 millions d'USD. A cette date, nous disposons d'une liquidité totale de 17 956 millions d'USD, dont 8,0 milliards d'USD disponibles sous la forme de lignes de crédit à long terme et 9 956 millions d'USD de trésorerie, d'équivalents de trésorerie et de placements à court terme dans les titres d'emprunt, moins les découverts bancaires.

Bien que nous puissions emprunter ces montants pour combler nos besoins en liquidité, nous comptons essentiellement sur les flux de trésorerie provenant des activités d'exploitation pour financer nos activités permanentes.

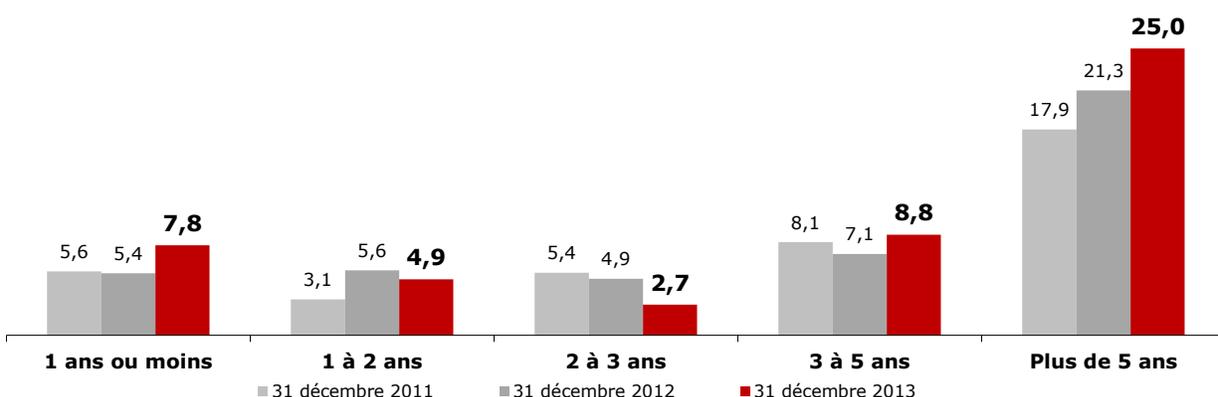
COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 26 février 2014 – 26 / 36



Tableau 10. Echancier de remboursement des dettes au 31 décembre 2013 (milliards d'usd)

Tableau 10. Echancier de remboursement des dettes au 31 décembre 2013 (milliards d'usd)



Le commissaire, PricewaterhouseCoopers Réviseurs d'entreprises scrl représentée par Yves Vandenplas, a publié un rapport non modifié en date du 25 février 2014, concernant les comptes consolidés de la société pour l'exercice clôturé le 31 décembre 2013, 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 les comptes dont elles sont extraites.

EVENEMENTS RECENTS

Oriental Breweries

Le 20 janvier, Anheuser-Busch InBev, KKR et Affinity Equity Partners ont annoncé la conclusion d'un accord concernant le rachat par AB InBev d'Oriental Brewery (« OB »), le brasseur leader en Corée du Sud, à KKR et Affinity pour 5,8 milliards d'USD.

Par cet accord, OB réintègre donc le portefeuille d'AB InBev, après avoir été vendue en juillet 2009 suite au rapprochement d'InBev et d'Anheuser-Busch, pour permettre à l'entreprise d'atteindre son objectif de réduction de son taux d'endettement. AB InBev réacquerra OB avant juillet 2014, comme elle y était initialement autorisée en vertu de la transaction de 2009.

Depuis l'association de KKR et Affinity avec OB en 2009, OB s'est développée pour devenir le premier brasseur de la Corée du Sud, grâce à la forte croissance de la marque Cass. OB et AB InBev sont également restées des partenaires de longue date puisqu'OB possède toujours la licence exclusive pour distribuer en Corée du Sud certaines marques de choix d'AB InBev telles que Budweiser, Corona et Hoegaarden.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 26 février 2014 – 27 / 36

La valeur de l'entreprise a été fixée à 5,8 milliards d'USD pour cette transaction et suite à un accord conclu avec KKR et Affinity en 2009, AB InBev recevra quelque 320 millions d'USD en espèces à la clôture de cette transaction, sous réserve d'ajustements à la clôture conformément aux modalités de la transaction. Selon les estimations d'OB, son EBITDA¹ avoisinait 529 milliards de KRW en 2013, soit environ 500 millions d'USD convertis aux taux de change en vigueur à la date de l'annonce.

La transaction est soumise aux approbations réglementaires en Corée du Sud ainsi qu'aux autres conditions de clôture d'usage, et devrait être finalisée durant le premier semestre 2014.

Emissions d'obligations

Le 27 janvier 2014, Anheuser-Busch InBev Finance Inc., filiale d'AB InBev, a émis des obligations pour un montant total de 5,25 milliards d'USD, consistant en des obligations à taux fixe pour un montant total de 1,2 milliard d'USD venant à échéance en 2017, des obligations à taux variable pour un montant total de 300 millions d'USD venant à échéance en 2017, des obligations à taux fixe pour un montant total de 1,25 milliard d'USD venant à échéance en 2019, des obligations à taux variable pour un montant total de 250 millions d'USD venant à échéance en 2019, des obligations à taux fixe pour un montant total de 1,4 milliard d'USD venant à échéance en 2024 et des obligations à taux fixe pour un montant total de 850 millions d'USD venant à échéance en 2044. Les obligations à taux fixe porteront un taux d'intérêt annuel de 1,125 % pour les obligations venant à échéance en 2017, de 2,150 % pour les obligations venant à échéance en 2019, de 3,700 % pour les obligations venant à échéance en 2024 et de 4,625 % pour les obligations venant à échéance en 2044. Les obligations à taux variable porteront un taux d'intérêt annuel de 19,00 points de base au-dessus du taux LIBOR à 3 mois pour les obligations à taux variable venant à échéance en 2017 et de 40,00 points de base au-dessus du taux LIBOR à 3 mois pour les obligations à taux variable venant à échéance en 2019.

Dévaluation du peso argentin

En janvier 2014, le peso argentin a connu une forte dévaluation. En 2013, les activités argentines représentaient 4,6 % des produits consolidés de l'entreprise et 5,1 % de son EBITDA normalisé consolidé. Les résultats de l'Argentine pour l'exercice 2013 ont été convertis à un taux moyen de 5,4466 pesos argentins par dollar américain. La dévaluation de 2014, ainsi que les éventuelles dévaluations futures, devraient faire diminuer les actifs nets de l'entreprise en Argentine, avec une contrepartie enregistrée au capitaux propres de l'entreprise. La conversion des résultats et flux de trésorerie des activités argentines de l'entreprise devraient également être impactées.

¹La méthode de calcul de l'EBITDA utilisée par OB est différente de celle utilisée par AB InBev pour son EBITDA normalisé.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 26 février 2014 – 28 / 36

ANNEXES ET TABLEAUX

- Annexe 1 : Informations par segment pour l'exercice 2013 (EX13)
- Annexe 2 : Information par segment pour le quatrième trimestre 2013 (4T13)
- Annexe 3 : Base de référence exercice 2013

CONFERENCE TELEPHONIQUE ET WEBDIFFUSION

Conférence téléphonique et webdiffusion pour les investisseurs le mercredi 26 février 2014

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

Détails concernant l'inscription

Webdiffusion (mode écoute uniquement)

<http://event.on24.com/r.htm?e=737281&s=1&k=B4660322D1AC66E372341ACB522895DC>

Conférence téléphonique (avec Q&R interactives)

<http://www.directeventreg.com/registration/event/31320737>

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 26 février 2014 – 29 / 36

NOTES

Les chiffres rapportés des EX13 et EX12 ainsi que des 4T13 et 4T12 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.

Vu la nature évolutive de la transaction avec Grupo Modelo et afin de faciliter la compréhension de la performance sous-jacente d'AB InBev, AB InBev a modifié son information sectorielle 2012 aux fins de la publication de ses résultats et du contrôle interne effectué par la direction. Cette présentation (appelée la « Base de référence 2012 ») inclut, à des fins comparatives, les résultats de Grupo Modelo comme si le rapprochement avait eu lieu le 4 juin 2012. Suite au rapprochement, les opérations de Grupo Modelo sont rapportées dans les segments suivants en fonction de leur position géographique : les activités brassicoles et de conditionnement du Mexique sont incluses dans la nouvelle Zone Mexique, l'activité espagnole, dans la Zone Europe de l'Ouest et l'activité d'exportation, dans le segment des activités d'exportation et sociétés holding.

La norme IFRS révisée « IAS 19 Avantages du personnel » est entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2013. Sous la norme révisée, AB InBev présente les charges d'intérêts nettes liées aux pensions dans les coûts financiers nets. L'IAS 19 Avantages du personnel exige une application rétrospective. Par conséquent, les chiffres comparatifs de 2012 ont été ajustés comme si la norme IAS 19 révisée avait toujours été d'application.

Le 1^{er} janvier 2013, nous avons transféré la responsabilité de la gestion de l'Equateur et du Pérou à la Zone Amérique latine Sud. Ces pays étaient autrefois inclus dans la Zone Amérique latine Nord. Les résultats des Zones Amérique latine Sud et Amérique latine Nord pour l'année 2012 ont été ajustés à des fins comparatives. Les BPA de l'EX13 et du 4T13 sont basés sur la moyenne pondérée de 1 617 millions d'actions, comparativement aux 1 600 millions d'actions pour l'EX12 et le 4T12.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 26 février 2014 – 30 / 36

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 déclarations 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 2013. 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.

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

A propos d'Anheuser-Busch InBev

Anheuser-Busch InBev est une entreprise cotée en bourse (Euronext : ABI) basée à Leuven, en Belgique, avec une cotation d'ADR 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, et est reconnue comme première société du secteur des boissons au palmarès des « World's Most Admired companies », publié par le magazine FORTUNE. 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. Ce portefeuille comprend des marques mondiales comme Budweiser®, Corona®, et Stella Artois®, des marques internationales comme Beck's®, Leffe® et Hoegaarden®, et des champions locaux comme Bud Light®, Skol®, Brahma®, Antarctica®, Quilmes®, Vittoria®, Modelo Especial®, Michelob Ultra®, Harbin®, Sedrin®, Klinskoye®, Sibirskaya Corona®, Chernigivske® et Jupiler®. 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, Anheuser-Busch InBev emploie les forces collectives de ses plus de 150.000 collaborateurs basés dans 24 pays du monde entier. En 2013, AB InBev a réalisé des produits de 43,2 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.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 26 février 2014 – 31 / 36



Annexe 1								
AB InBev au niveau mondial								
	EX12	Scope	Variation	Croissance	EX13	Croissance	Par HL	
	Base de référence		des devises	interne		interne		
Volumes totaux (milliers d'lhs)	430 821	3 770	-	-8 652	425 939	-2,0%		
dont volumes de nos propres bières	381 111	3 700	-	-7 634	377 177	-2,0%		
Produits	42 927	212	-1 373	1 428	43 195	3,3%	5,4%	
Coûts des ventes	-17 754	-105	429	-165	-17 594	-0,9%	-3,0%	
Marge brute	25 173	108	-943	1 263	25 601	5,0%		
Frais de distribution	-4 082	9	173	-160	-4 061	-3,9%	-6,1%	
Frais commerciaux et de marketing	-5 803	-19	123	-259	-5 958	-4,5%		
Frais administratifs	-2 544	-5	47	-37	-2 539	-1,5%		
Autres produits/(charges) d'exploitation	793	-	-82	450	1 160	56,8%		
EBIT normalisé	13 537	92	-682	1 256	14 203	9,3%		
EBITDA normalisé	16 480	122	-753	1 340	17 188	8,1%		
Marge EBITDA normalisée	38,4%				39,8%	179 bp		
Amérique du Nord								
	EX12	Scope	Variation	Croissance	EX13	Croissance	Par HL	
	Base de référence		des devises	interne		interne		
Volumes totaux (milliers d'lhs)	125 139	275	-	-3 299	122 116	-2,6%		
Produits	16 028	6	-58	48	16 023	0,3%	3,0%	
Coûts des ventes	-6 615	-17	13	100	-6 519	-1,5%	-1,2%	
Marge brute	9 412	-11	-45	148	9 504	1,6%		
Frais de distribution	-1 319	23	10	51	-1 235	3,9%	1,3%	
Frais commerciaux et de marketing	-1 794	-22	7	-99	-1 908	-5,5%		
Frais administratifs	-452	-	2	-47	-497	-10,5%		
Autres produits/(charges) d'exploitation	64	-	-	3	67	5,1%		
EBIT normalisé	5 911	-10	-25	56	5 932	0,9%		
EBITDA normalisé	6 735	-10	-28	30	6 728	0,4%		
Marge EBITDA normalisée	42,0%				42,0%	6 bp		
Mexique								
	EX12	Scope	Variation	Croissance	EX13	Croissance	Par HL	
	Base de référence		des devises	interne		interne		
Volumes totaux (milliers d'lhs)	23 038	-	-	-672	22 366	-2,9%		
Produits	2 616	-	76	76	2 769	2,9%	6,0%	
Coûts des ventes	-1 014	12	-24	157	-869	15,5%	12,9%	
Marge brute	1 602	12	52	233	1 900	14,6%	10,7%	
Frais de distribution	-270	9	-7	36	-232	13,3%		
Frais commerciaux et de marketing	-515	13	-14	31	-484	6,1%		
Frais administratifs	-338	15	-7	96	-234	28,4%		
Autres produits/(charges) d'exploitation	102	1	3	-2	104	-1,8%		
EBIT normalisé	582	50	28	395	1 054	67,9%		
EBITDA normalisé	777	50	34	420	1 281	54,0%		
Marge EBITDA normalisée	29,7%				46,3%	1475 bp		
Amérique latine Nord								
	EX12	Scope	Variation	Croissance	EX13	Croissance	Par HL	
	Base de référence		des devises	interne		interne		
Volumes totaux (milliers d'lhs)	122 382	795	-	-4 049	119 128	-3,3%		
Produits	11 268	131	-1 130	608	10 877	5,4%	9,0%	
Coûts des ventes	-3 519	-49	358	-283	-3 494	-8,0%	-11,7%	
Marge brute	7 748	82	-772	325	7 383	4,2%		
Frais de distribution	-1 277	-14	139	-186	-1 338	-14,6%	-18,5%	
Frais commerciaux et de marketing	-1 204	-14	118	-45	-1 145	-3,7%		
Frais administratifs	-612	-7	60	-30	-589	-4,9%		
Autres produits/(charges) d'exploitation	426	-2	-87	470	807	-		
EBIT normalisé	5 081	45	-542	534	5 118	10,5%		
EBITDA normalisé	5 787	60	-614	585	5 819	10,1%		
Marge EBITDA normalisée	51,4%				53,5%	230 bp		
Amérique latine Sud								
	EX12	Scope	Variation	Croissance	EX13	Croissance	Par HL	
	Base de référence		des devises	interne		interne		
Volumes totaux (milliers d'lhs)	38 097	-	-	-1 179	36 918	-3,1%		
Produits	3 209	-	-392	451	3 269	14,1%	17,7%	
Coûts des ventes	-1 244	-	144	-85	-1 185	-6,8%	-10,2%	
Marge brute	1 966	-	-248	367	2 084	18,7%	-22,7%	
Frais de distribution	-296	-	43	-56	-309	-18,9%		
Frais commerciaux et de marketing	-336	-	40	-49	-346	-14,7%		
Frais administratifs	-108	-	10	-13	-112	-12,4%		
Autres produits/(charges) d'exploitation	4	-	-1	-8	-5	-		
EBIT normalisé	1 228	-	-157	239	1 311	19,5%		
EBITDA normalisé	1 419	-	-175	247	1 491	17,4%		
Marge EBITDA normalisée	44,2%				45,6%	130 bp		

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 26 février 2014 – 32 / 36



Annexe 1								
Europe de l'Ouest								
	EX12	Scope	Variation	Croissance	EX13	Croissance	Par HL	
	Base de référence		des devises	interne		interne		
Volumes totaux (milliers d'hl)	29 634	-	-	-1 249	28 385	-4,2%		
dont volumes de nos propres bières	27 887	-	-	-1 207	26 680	-4,3%		
Produits	3 650	-	56	-85	3 620	-2,3%	2,0%	
Coûts des ventes	-1 555	-	-20	30	-1 544	2,0%	-2,4%	
Marge brute	2 095	-	36	-55	2 076	-2,6%		
Frais de distribution	-369	-	-7	11	-364	3,1%	-1,2%	
Frais commerciaux et de marketing	-663	-	-11	1	-673	0,1%		
Frais administratifs	-259	-	-5	-	-264	0,1%		
Autres produits/(charges) d'exploitation	24	-	-	3	27	14,2%		
EBIT normalisé	827	-	14	-39	801	-4,8%		
EBITDA normalisé	1 163	-	20	-58	1 125	-5,0%		
Marge EBITDA normalisée	31,9%				31,1%	-86 bp		
Europe centrale et de l'Est								
	EX12	Scope	Variation	Croissance	EX13	Croissance	Par HL	
	Base de référence		des devises	interne		interne		
Volumes totaux (milliers d'hl)	22 785	-	-	-3 600	19 185	-15,8%		
Produits	1 668	-	-25	-198	1 445	-11,9%	4,7%	
Coûts des ventes	-914	-	12	125	-776	13,7%	-2,5%	
Marge brute	754	-	-12	-73	669	-9,6%		
Frais de distribution	-184	-	3	35	-146	19,1%	4,0%	
Frais commerciaux et de marketing	-400	-	7	15	-378	3,8%		
Frais administratifs	-113	-	2	14	-98	12,4%		
Autres produits/(charges) d'exploitation	5	-	-	-2	3	-36,2%		
EBIT normalisé	62	-	-1	-10	51	-16,2%		
EBITDA normalisé	257	-	-4	-28	225	-11,1%		
Marge EBITDA normalisée	15,4%				15,5%	14 bp		
Asie-Pacifique								
	EX12	Scope	Variation	Croissance	EX13	Croissance	Par HL	
	Base de référence		des devises	interne		interne		
Volumes totaux (milliers d'hl)	57 667	2 923	-	5 197	65 787	9,0%		
Produits	2 690	102	79	483	3 354	17,9%	8,2%	
Coûts des ventes	-1 565	-64	-43	-213	-1 885	-13,6%	-4,2%	
Marge brute	1 125	38	36	270	1 469	24,0%		
Frais de distribution	-235	-13	-7	-47	-302	-19,8%	-9,9%	
Frais commerciaux et de marketing	-670	-15	-20	-127	-833	-18,9%		
Frais administratifs	-274	-12	-7	-23	-317	-8,3%		
Autres produits/(charges) d'exploitation	121	1	3	-16	109	-12,9%		
EBIT normalisé	67	-2	4	58	127	86,3%		
EBITDA normalisé	396	13	14	124	546	31,5%		
Marge EBITDA normalisée	14,7%				16,3%	169 bp		
Exportation Globales et Sociétés Holding								
	EX12	Scope	Variation	Croissance	EX13	Croissance	Par HL	
	Base de référence		des devises	interne		interne		
Volumes totaux (milliers d'hl)	12 079	-223	-	198	12 054	1,7%		
Produits	1 798	-26	22	45	1 839	2,5%		
Coûts des ventes	-1 328	12	-10	3	-1 323	0,2%		
Marge brute	471	-13	11	48	516	10,4%		
Frais de distribution	-132	4	-2	-5	-135	-3,9%		
Frais commerciaux et de marketing	-220	19	-4	14	-191	6,9%		
Frais administratifs	-386	-	-8	-34	-429	-8,9%		
Autres produits/(charges) d'exploitation	47	-	1	1	48	1,7%		
EBIT normalisé	-221	9	-3	23	-191	10,9%		
EBITDA normalisé	-54	9	-	20	-25	44,0%		

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 26 février 2014 – 33 / 36

Annexe 2							
AB InBev au niveau mondial	4T12	Scope	Variation	Croissance	4T13	Croissance	
	Base de référence		des devises	interne		interne	
Volumes totaux (milliers d'lhs)	111 987	410	-	-1 955	110 442	-1,7%	
dont volumes de nos propres bières	97 715	410	-	-1 986	96 140	-2,0%	
Produits	11 621	6	-456	540	11 711	4,6%	
Coûts des ventes	-4 620	-1	128	12	-4 482	0,3%	
Marge brute	7 001	5	-328	551	7 229	7,9%	
Frais de distribution	-1 054	10	48	-51	-1 047	-4,8%	
Frais commerciaux et de marketing	-1 465	8	21	-42	-1 477	-2,9%	
Frais administratifs	-716	11	18	-116	-802	-16,2%	
Autres produits/(charges) d'exploitation	255	1	-33	239	462	93,8%	
EBIT normalisé	4 021	36	-273	582	4 365	14,5%	
EBITDA normalisé	4 814	41	-288	632	5 199	13,1%	
Marge EBITDA normalisée	41,4%				44,4%		336 bp
Amérique du Nord	4T12	Scope	Variation	Croissance	4T13	Croissance	
	Base de référence		des devises	interne		interne	
Volumes totaux (milliers d'lhs)	28 664	30	-	-546	28 148	-1,9%	
Produits	3 759	-3	-25	-14	3 717	-0,4%	
Coûts des ventes	-1 576	-2	6	62	-1 510	3,9%	
Marge brute	2 183	-5	-19	48	2 207	2,2%	
Frais de distribution	-309	6	4	23	-276	7,4%	
Frais commerciaux et de marketing	-427	-5	3	-41	-470	-9,5%	
Frais administratifs	-100	-	1	-46	-144	-46,2%	
Autres produits/(charges) d'exploitation	17	-	-	-1	16	-7,3%	
EBIT normalisé	1 365	-4	-11	-18	1 332	-1,3%	
EBITDA normalisé	1 579	-4	-12	-14	1 549	-0,9%	
Marge EBITDA normalisée	42,0%				41,7%		-23 bp
Mexique	4T12	Scope	Variation	Croissance	4T13	Croissance	
	Base de référence		des devises	interne		interne	
Volumes totaux (milliers d'lhs)	10 192	-	-	-458	9 733	-4,5%	
Produits	1 147	-	19	29	1 195	2,5%	
Coûts des ventes	-416	12	-6	44	-366	10,5%	
Marge brute	731	12	13	73	828	10,0%	
Frais de distribution	-112	9	-1	14	-91	12,3%	
Frais commerciaux et de marketing	-215	13	-4	-16	-222	-7,4%	
Frais administratifs	-148	15	-1	49	-86	33,0%	
Autres produits/(charges) d'exploitation	24	1	1	18	43	76,8%	
EBIT normalisé	279	50	6	138	473	49,4%	
EBITDA normalisé	358	50	8	159	575	44,4%	
Marge EBITDA normalisée	31,2%				48,1%		1274 bp
Amérique latine Nord	4T12	Scope	Variation	Croissance	4T13	Croissance	
	Base de référence		des devises	interne		interne	
Volumes totaux (milliers d'lhs)	36 163	5	-	-733	35 435	-2,0%	
Produits	3 388	-1	-317	322	3 393	9,5%	
Coûts des ventes	-979	-	89	-94	-983	-9,6%	
Marge brute	2 410	-	-228	228	2 410	9,5%	
Frais de distribution	-333	-	33	-62	-362	-18,6%	
Frais commerciaux et de marketing	-288	-	15	80	-193	27,8%	
Frais administratifs	-128	-	20	-103	-212	-80,6%	
Autres produits/(charges) d'exploitation	136	-	-33	229	331	-	
EBIT normalisé	1 797	-	-193	371	1 975	20,7%	
EBITDA normalisé	1 972	-	-207	374	2 139	19,0%	
Marge EBITDA normalisée	58,2%				63,1%		504 bp
Amérique latine Sud	4T12	Scope	Variation	Croissance	4T13	Croissance	
	Base de référence		des devises	interne		interne	
Volumes totaux (milliers d'lhs)	11 348	-	-	30	11 378	0,3%	
Produits	1 039	-	-171	174	1 042	16,8%	
Coûts des ventes	-363	-	56	-5	-312	-1,5%	
Marge brute	676	-	-115	169	730	25,0%	
Frais de distribution	-87	-	17	-15	-85	-17,3%	
Frais commerciaux et de marketing	-83	-	16	-25	-91	-29,8%	
Frais administratifs	-30	-	5	-9	-33	-29,3%	
Autres produits/(charges) d'exploitation	6	-	-2	-	4	-3,8%	
EBIT normalisé	483	-	-78	120	525	24,9%	
EBITDA normalisé	536	-	-84	110	562	20,6%	
Marge EBITDA normalisée	51,6%				53,9%		167 bp

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 26 février 2014 – 34 / 36

Annexe 2						
Europe de l'Ouest	4T12	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T13	Croissance interne
	Base de référence					
Volumes totaux (milliers d'hl's)	7 329	-	-	-264	7 065	-3,6%
dont volumes de nos propres bières	6 912	-	-	-252	6 660	-3,6%
Produits	914	-	30	-26	918	-2,9%
Coûts des ventes	-390	-	-13	-3	-406	-0,8%
Marge brute	524	-	18	-29	512	-5,6%
Frais de distribution	-87	-	-3	-	-90	-0,1%
Frais commerciaux et de marketing	-154	-	-6	6	-153	3,8%
Frais administratifs	-68	-	-2	-11	-81	-15,9%
Autres produits/(charges) d'exploitation	11	-	-	-1	9	-13,2%
EBIT normalisé	226	-	7	-36	197	-15,8%
EBITDA normalisé	312	-	9	-34	287	-11,1%
Marge EBITDA normalisée	34,1%				31,2%	-288 bp
Europe centrale et de l'Est	4T12	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T13	Croissance interne
	Base de référence					
Volumes totaux (milliers d'hl's)	4 943	-	-	-1 225	3 718	-24,8%
Produits	375	-	-11	-47	317	-12,5%
Coûts des ventes	-211	-	5	44	-162	20,7%
Marge brute	164	-	-6	-3	155	-1,9%
Frais de distribution	-39	-	1	8	-30	20,6%
Frais commerciaux et de marketing	-105	-	3	5	-97	4,6%
Frais administratifs	-37	-	1	2	-34	5,3%
Autres produits/(charges) d'exploitation	-	-	-	3	3	-
EBIT normalisé	-17	-	-1	15	-3	87,1%
EBITDA normalisé	32	-	-2	10	41	31,1%
Marge EBITDA normalisée	8,6%				12,9%	431 bp
Asie-Pacifique	4T12	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T13	Croissance interne
	Base de référence					
Volumes totaux (milliers d'hl's)	9 861	410	-	973	11 244	9,9%
Produits	525	14	14	83	635	15,8%
Coûts des ventes	-347	-14	-8	-34	-403	-9,9%
Marge brute	178	-	5	49	232	27,5%
Frais de distribution	-51	-5	-2	-15	-73	-30,0%
Frais commerciaux et de marketing	-140	-5	-5	-50	-199	-35,6%
Frais administratifs	-86	-4	-2	11	-82	12,3%
Autres produits/(charges) d'exploitation	49	1	1	-10	41	-20,3%
EBIT normalisé	-50	-14	-2	-16	-81	-31,1%
EBITDA normalisé	44	-8	1	12	50	27,9%
Marge EBITDA normalisée	8,5%				7,8%	88 bp
Exportation Globales et Sociétés Holding	4T12	Scope	Variation des devises	Croissance interne	4T13	Croissance interne
	Base de référence					
Volumes totaux (milliers d'hl's)	3 487	-35	-	269	3 721	7,8%
Produits	473	-4	5	18	492	3,8%
Coûts des ventes	-338	2	-1	-1	-338	-0,3%
Marge brute	136	-2	4	17	154	12,8%
Frais de distribution	-37	1	-1	-3	-39	-7,1%
Frais commerciaux et de marketing	-54	5	-2	-1	-53	-2,6%
Frais administratifs	-119	-	-4	-8	-131	-6,9%
Autres produits/(charges) d'exploitation	12	-	-	2	14	19,5%
EBIT normalisé	-62	3	-3	7	-54	12,3%
EBITDA normalisé	-21	3	-1	15	-4	86,6%

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 26 février 2014 – 35 / 36

Annexe 3					
AB InBev au niveau mondial	1T 2013	2T 2013	3T 2013	4T 2013	2013
	Base de				
	Référence	Référence	Référence	Référence	Référence
Volumes totaux (milliers d'hrs)	100 922	114 758	119 664	110 442	445 786
Produits	10 422	11 653	11 712	11 696	45 483
Coûts des ventes	-4 447	-4 883	-4 750	-4 475	-18 555
Marge brute	5 975	6 770	6 962	7 221	26 928
Frais de distribution	-1 069	-1 096	-1 076	-1 045	-4 286
Frais commerciaux et de marketing	-1 496	-1 756	-1 610	-1 476	-6 338
Frais administratifs	- 612	- 692	- 662	- 800	-2 766
Autres produits/(charges) d'exploitation	250	261	289	462	1 262
EBIT normalisé	3 048	3 488	3 904	4 361	14 800
EBITDA normalisé	3 821	4 268	4 659	5 194	17 943
Marge EBITDA normalisée	36,7%	36,6%	39,8%	44,4%	39,4%

Amérique du Nord	1T 2013	2T 2013	3T 2013	4T 2013	2013
	Base de				
	Référence	Référence	Référence	Référence	Référence
Volumes totaux (milliers d'hrs)	28 356	32 368	33 243	28 148	122 116
Produits	3 683	4 279	4 343	3 717	16 023
Coûts des ventes	-1 534	-1 732	-1 742	-1 510	-6 519
Marge brute	2 149	2 547	2 601	2 207	9 504
Frais de distribution	- 314	- 321	- 323	- 276	-1 235
Frais commerciaux et de marketing	- 444	- 481	- 513	- 470	-1 908
Frais administratifs	- 118	- 113	- 121	- 144	- 497
Autres produits/(charges) d'exploitation	15	16	20	16	67
EBIT normalisé	1 288	1 648	1 664	1 332	5 932
EBITDA normalisé	1 480	1 840	1 858	1 549	6 728
Marge EBITDA normalisée	40,2%	43,0%	42,8%	41,7%	42,0%

Mexico	1T 2013	2T 2013	3T 2013	4T 2013	2013
	Base de				
	Référence	Référence	Référence	Référence	Référence
Volumes totaux (milliers d'hrs)	8 835	10 306	9 311	9 733	38 185
Produits	1 049	1 286	1 150	1 183	4 669
Coûts des ventes	- 400	- 453	- 354	- 362	-1 570
Marge brute	649	833	796	821	3 099
Frais de distribution	- 121	- 128	- 105	- 90	- 443
Frais commerciaux et de marketing	- 208	- 224	- 192	- 220	- 844
Frais administratifs	- 118	- 139	- 112	- 84	- 455
Autres produits/(charges) d'exploitation	54	50	53	43	200
EBIT normalisé	256	392	440	470	1 557
EBITDA normalisé	349	487	533	571	1 940
Marge EBITDA normalisée	33,3%	37,9%	46,3%	48,2%	41,5%

Amérique latine Nord	1T 2013	2T 2013	3T 2013	4T 2013	2013
	Base de				
	Référence	Référence	Référence	Référence	Référence
Volumes totaux (milliers d'hrs)	28 573	27 251	28 830	35 773	120 427
Produits	2 635	2 483	2 464	3 428	11 010
Coûts des ventes	- 907	- 855	- 810	-1 005	-3 576
Marge brute	1 728	1 628	1 655	2 423	7 434
Frais de distribution	- 348	- 325	- 314	- 365	-1 351
Frais commerciaux et de marketing	- 312	- 385	- 257	- 194	-1 147
Frais administratifs	- 124	- 142	- 114	- 212	- 591
Autres produits/(charges) d'exploitation	160	142	174	331	807
EBIT normalisé	1 105	919	1 144	1 984	5 151
EBITDA normalisé	1 294	1 109	1 306	2 150	5 858
Marge EBITDA normalisée	49,1%	44,7%	53,0%	62,7%	53,2%

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Bruxelles, le 26 février 2014 – 36 / 36

Annexe 3					
Amérique latine Sud	1T 2013	2T 2013	3T 2013	4T 2013	2013
	Base de	Base de	Base de	Base de	Base de
	Référence	Référence	Référence	Référence	Référence
Volumes totaux (milliers d'hrs)	9 825	7 548	8 167	11 378	36 918
Produits	871	649	706	1 042	3 269
Coûts des ventes	- 315	- 279	- 278	- 312	- 1 185
Marge brute	556	370	428	730	2 084
Frais de distribution	- 85	- 67	- 73	- 85	- 309
Frais commerciaux et de marketing	- 94	- 85	- 75	- 91	- 346
Frais administratifs	- 24	- 28	- 27	- 33	- 112
Autres produits/(charges) d'exploitation	- 4	- 6	0	4	- 5
EBIT normalisé	349	185	252	525	1 311
EBITDA normalisé	396	233	301	562	1 491
Marge EBITDA normalisée	45,4%	35,8%	42,6%	53,9%	45,6%
Europe	1T 2013	2T 2013	3T 2013	4T 2013	2013
	Base de	Base de	Base de	Base de	Base de
	Référence	Référence	Référence	Référence	Référence
Volumes totaux (milliers d'hrs)	9 227	14 133	13 119	10 551	47 030
Produits	975	1 440	1 391	1 215	5 021
Coûts des ventes	- 480	- 633	- 608	- 552	- 2 272
Marge brute	496	807	783	663	2 749
Frais de distribution	- 112	- 140	- 133	- 118	- 503
Frais commerciaux et de marketing	- 231	- 298	- 284	- 252	- 1 066
Frais administratifs	- 84	- 83	- 81	- 116	- 364
Autres produits/(charges) d'exploitation	3	7	10	12	32
EBIT normalisé	72	293	295	189	849
EBITDA normalisé	190	415	416	320	1 341
Marge EBITDA normalisée	19,4%	28,8%	29,9%	26,3%	26,7%
Asie-Pacifique	1T 2013	2T 2013	3T 2013	4T 2013	2013
	Base de	Base de	Base de	Base de	Base de
	Référence	Référence	Référence	Référence	Référence
Volumes totaux (milliers d'hrs)	12 614	18 907	23 022	11 244	65 787
Produits	703	916	1 100	635	3 354
Coûts des ventes	- 418	- 498	- 565	- 403	- 1 885
Marge brute	284	418	535	232	1 469
Frais de distribution	- 58	- 79	- 92	- 73	- 302
Frais commerciaux et de marketing	- 158	- 232	- 243	- 199	- 833
Frais administratifs	- 64	- 82	- 90	- 82	- 317
Autres produits/(charges) d'exploitation	10	38	20	41	109
EBIT normalisé	14	64	130	- 81	127
EBITDA normalisé	113	157	227	50	546
Marge EBITDA normalisée	16,1%	17,1%	20,6%	7,8%	16,3%
Exportation Globales et Sociétés Holding	1T 2013	2T 2013	3T 2013	4T 2013	2013
	Base de	Base de	Base de	Base de	Base de
	Référence	Référence	Référence	Référence	Référence
Volumes totaux (milliers d'hrs)	3 490	4 246	3 972	3 615	15 323
Produits	505	599	558	475	2 138
Coûts des ventes	- 393	- 432	- 393	- 331	- 1 549
Marge brute	112	167	165	144	589
Frais de distribution	- 31	- 38	- 36	- 38	- 143
Frais commerciaux et de marketing	- 49	- 49	- 46	- 50	- 194
Frais administratifs	- 80	- 105	- 116	- 129	- 430
Autres produits/(charges) d'exploitation	12	13	13	14	52
EBIT normalisé	- 35	- 12	- 20	- 58	- 126
EBITDA normalisé	0	26	20	- 7	40