

Heineken N.V. rapporteert 18% autonome nettowinstgroei over 2009 en verdrievoudigt de vrije operationele kasstroom

Amsterdam, 23 februari 2010 – Heineken N.V. heeft vandaag sterke resultaten over het jaar 2009 bekendgemaakt:

- De autonome nettowinstgroei bedroeg 18%, dankzij hogere opbrengsten per hectoliter en kostenbesparingen, en compenseert de autonome daling van het geconsolideerde biervolume met 5,4% die het gevolg was van de wereldwijde economische neergang.
- De vrije operationele kasstroom bedroeg EUR 1.741 miljoen, vergeleken met EUR 550 miljoen in 2008. De kasconversieratio lag op 148%.
- Er zijn besparingen van EUR 155 miljoen vóór belastingen gerealiseerd in het eerste jaar van het Total Cost Management-programma (TCM).
- Het voorgestelde totale dividend over 2009 is EUR 0,65 per aandeel; een stijging met 4,8%.
- Het platform voor toekomstige groei is getransformeerd door de geplande acquisitie van FEMSA Cerveza in Mexico, een nieuw samenwerkingsverband in United Breweries (India) en de voltooiing van de Sedibeng brouwerij in Zuid-Afrika.

Kerncijfers	2009	2008	Mutatie	Autonome groei
	(miljoen hl)	(miljoen hl)		
Groep biervolume	159.1	161.5	-1.5%	-4.6%
Geconsolideerd biervolume	125.2	125.8	-0.5%	-5.4%
Heineken® volume in premiumsegment	25.1	25.9	-2.9%	-2.9%
	(miljoen EUR)	(miljoen EUR)		
Opbrengsten	14,701	14,319	2.7%	-0.2%
EBIT	1,757	1,080	63%	
EBIT (beia)	2,095	1,932	8.4%	14%
Nettowinst	1,018	209	387%	
Nettowinst (beia)	1,055	1,013	4.1%	18%
Vrije operationele kasstroom	1,741	550	217%	
Netto schuldpositie/EBITDA (beia)	2.6x	3.3x		
	(EUR)	(EUR)		
Verwaterde winst per aandeel	2.08	0.43	387%	
Verwaterde winst per aandeel (beia)	2.15	2.07	4.1%	

Boodschap van de CEO

Jean-François van Boxmeer, voorzitter van de Raad van Bestuur en CEO van Heineken N.V.:

"In een van de moeilijkste marktsituaties die de biersector ooit heeft doorgemaakt, hebben we uitstekende financiële prestaties geleverd, ons platform voor toekomstige groei getransformeerd en gebouwd aan een sterker concurrerende onderneming.

De internationale spreiding van onze activiteiten blijft onverminderd een concurrentievoordeel tijdens de recessie. Alle regio's hebben bijgedragen aan de sterke autonome EBIT-groei van 14%.

Een robuust prijsbeleid heeft geleid tot stabiele opbrengsten, waarmee de lagere volumes werden gecompenseerd. Het Heineken merk heeft wederom boven het portfoliogemiddelde gepresteerd en zijn strategische waarde voor ons bedrijf aangetoond.

De rigoureuze, ondernemingsbrede focus op het genereren van kasstromen heeft geresulteerd in een toename van de vrije operationele kasstroom met meer dan 200%. We hebben uitstekende vorderingen geboekt bij het verhogen van de winstgevendheid in onze nieuwe markten, met name in Rusland, Zuid-Afrika en het Verenigd Koninkrijk. Het TCM-programma ligt op schema en heeft in het eerste jaar al EUR 155 miljoen aan kosten geëlimineerd.

Onze resultaten in 2009 laten geen twijfel bestaan over het succes van onze strategie, de kracht van onze merken en de uitmuntende kwaliteit en inzet van al onze medewerkers.

We hebben belangrijke stappen gezet om de toekomst van ons bedrijf te transformeren en te versterken. De voorgenomen acquisitie van FEMSA Cerveza en onze nieuwe samenwerking in United Breweries in India verbreden ons bereik in snelgroeiende, opkomende markten. Samen met de nieuwe, volledig operationele brouwerij in Zuid-Afrika zullen deze stappen het groeiprofiel van Heineken substantieel versterken.

Ten aanzien van de toekomst geldt dat we blijven investeren in de groei van onze merken, met name het Heineken merk. We zullen onze leidende positie in Europa gebruiken en onze marketinginvesteringen intensiveren om het waardeandeel in onze markten te vergroten. We gaan door met het realiseren van belangrijke besparingen via het TCM-programma en het bevorderen van een sterke kasstroom. Tevens zullen we erop toezien dat onze nieuwe markten zich verder gaan verbeteren. We zetten ons volledig in om de acquisitie en integratie van FEMSA Cerveza snel te voltooien om de synergieën en het potentieel van de gecombineerde activiteiten op korte termijn te realiseren".

Vooruitzichten voor 2010

Het wereldwijde economische klimaat zal ook in 2010 in enkele regio's leiden tot een lagere bierconsumptie en downtrading.

Heineken voert een beleid om zijn sterke internationale marketingcapaciteiten op alle markten in te zetten voor de versterking van de belangrijkste merken (met inbegrip van Heineken®). Het is tevens beleid om de prijsstelling te handhaven en waar mogelijk te verbeteren. Het niveau van de prijsverhogingen zal beduidend lager zijn dan in 2009. Heineken streeft er echter naar om accijnsverhogingen te blijven doorberekenen in de verkoopprijs.

Teneinde het marktaandeel en het waardetaandeel in de markten te vergroten, zal Heineken de investeringen in zijn merken intensiveren.

Heineken zal het TCM-programma voor kostenbeheersing agressief uitvoeren in alle onderdelen van het bedrijf en de focus blijven richten op het verhogen van de winstgevendheid van de recent overgenomen ondernemingen.

De verwachte daling van de grondstoffenkosten per hectoliter vanwege een tijdelijke prijsdaling van brouwergerst zal teniet worden gedaan door hogere energiekosten, stijgende reclametarieven en toegenomen marketingkosten.

Heineken bekrachtigt zijn doelstelling om de verhouding Netto schuldpositie/EBITDA (beia) te verlagen tot minder dan 2,5. Heineken vertrouwt erop dat de doelstelling voor een kasconversieratio van meer dan 100% zal worden gerealiseerd in de resterende twee jaar van het Hunt-4-Cash-2 programma.

De kapitaalinvesteringen in materiële vaste activa worden geraamd op EUR 700 miljoen, in grote lijnen gelijk aan 2009, en zullen worden gefinancierd uit de kasstroom. Heineken verwacht dat het aantal medewerkers autonoom verder zal dalen.

Wanneer FEMSA Cerveza buiten beschouwing blijft, verwacht Heineken een gemiddelde rentevoet van circa 6% en een effectief belastingtarief in het bereik van 25% tot 27%.

Voorgenomen acquisitie van FEMSA Cerveza

Heineken zal FEMSA Cerveza overnemen door bij het sluiten van de overeenkomst circa 86 miljoen nieuwe aandelen Heineken N.V. aan FEMSA uit te geven, met de toezegging om nog eens 29 miljoen bestaande aandelen Heineken N.V. over te dragen binnen een periode van ten hoogste vijf jaar. Heineken is voornemens deze 29 miljoen aandelen op de markt in te kopen en deze aankoop uit de kasstroom te financieren.

Heineken treft voorbereidingen voor de integratie van FEMSA Cerveza, waarmee een aanvang wordt gemaakt nadat de acquisitie in het tweede kwartaal van 2010 is afgerond. Doordat Heineken tijdens de acquisitiefase en het due diligence proces een diepgaand inzicht in het bedrijf heeft verkregen en op dit gebied al over ruime ervaring beschikt, zal het integratieproces naar verwachting snel worden afgerond.

Dividend

Aan de jaarlijkse Algemene Vergadering van Aandeelhouders zal worden voorgesteld om over 2009 een totaal contantdividend van EUR 0,65 uit te keren per aandeel van EUR 1,60 nominaal (totaal dividend 2008: EUR 0,62). Indien dit voorstel wordt goedgekeurd, zal een slotdividend van EUR 0,40 per aandeel betaalbaar worden gesteld op 29 april 2010, aangezien op 2 september 2009 reeds een interimdividend van EUR 0,25 werd uitgekeerd. Op de dividenduitkering wordt 15% Nederlandse dividendbelasting ingehouden. De aandelen Heineken N.V. worden op 26 april 2010 ex-slotdividend genoteerd.

Noot voor de redactie:

Heineken N.V. is een van 's werelds grootste bierbrouwers en voert een beleid dat is gericht op groei en onafhankelijkheid. Het Heineken merk, dat de naam van de oprichter van het bedrijf draagt, is in vrijwel alle landen verkrijgbaar en geldt wereldwijd als het meest waardevolle premiumbiermerk. Heineken streeft ernaar 's werelds meest prominente merkenportfolio op te bouwen en de toonaangevende bierbrouwer te zijn in alle markten waarin zij opereert. In 2009 had de onderneming 125 brouwerijen in bezit in meer dan 70 landen en verkocht zij 159 miljoen hectoliters bier, waardoor Heineken qua volume de grootste brouwer in Europa is en de derde brouwer op de wereldbiermarkt. Heineken streeft naar een verantwoorde manier van marketing en consumptie van de meer dan 200 internationale premiumbieren, regionale en lokale bieren, speciaalbieren en ciders, waaronder Amstel, Birra Moretti, Cruzcampo, Foster's, Maes, Murphy's, Newcastle Brown Ale, Ochota, Primus, Sagres, Star, Strongbow, Tiger and Zywiec. In 2009 bedroegen de opbrengsten EUR 14,7 miljard en de nettowinst (voor bijzondere posten en amortisatie) EUR 1,0 miljard. In 2009 werkten bij Heineken gemiddeld 55.301 mensen. De aandelen van Heineken N.V. en Heineken Holding N.V. worden verhandeld op Euronext Amsterdam. De aandelenkoersen kunnen op Bloomberg opgevraagd worden onder de fondscodes HEIA:NA en HEIO:NA en op Reuters Equities 2000 Service onder HEIN.AS en HEIO.AS. Aanvullende informatie kan opgevraagd worden via de website van Heineken: <http://www.heinekeninternational.com>.

Persinformatie

Véronique Schyns
Telefoon: 020 5239 355 / 06 20300139
veronique.schyns@heineken.com

Beleggers- en analisteninformatie

Jan van de Merbel
Telefoon: 020 5239 590
investors@heineken.com

Financial Dynamics
Charlie Armitstead
Tel: +44 207 269 7176 / +44 7703 330 269
charles.armitstead@fd.com

Verklarende woordenlijst

beia

Vóór bijzondere posten en afschrijving merken en klantenportefeuille.

Kasconversieratio

Vrije operationele kasstroom / nettowinst (beia) voor aftrek van minderheidsbelangen.

Dividenduitkering

Voorgesteld dividend als percentage van de nettowinst (beia).

Winst per aandeel*basis*

Nettowinst gedeeld door het gewogen gemiddelde van het aantal aandelen (basis).

verwaterd

Nettowinst gedeeld door het gewogen gemiddelde van het aantal aandelen (verwaterd).

EBIT

Winst voor rente, winstbelastingen en netto financieringskosten.

EBITDA

Winst voor rente, winstbelastingen, netto financieringskosten en afschrijvingen.

Effectief belastingpercentage

Winstbelastingen gedeeld door winst voor winstbelastingen exclusief het aandeel in het netto resultaat van geassocieerde deelnemingen en joint ventures (inclusief bijzondere waardeverminderingen hiervan)

Vrije operationele kasstroom

Het totaal van de kasstroom uit bedrijfsactiviteiten en de kasstroom uit operationele investeringsactiviteiten.

Netto schuldpositie

Langlopende en kortlopende rentedragende leningen en verplichtingen en voorschotten in rekening-courant, minus geldmiddelen en investeringen aangehouden voor handelsdoeleinden.

Nettoschuldpositie / EBITDA (beia) ratio

De ratio is gebaseerd op een 12-maands historie voor EBITDA (beia)

Nettowinst

Winst na aftrek van minderheidsbelangen (winst toe te rekenen aan de aandeelhouders van de vennootschap)

Autonome groei

Groei exclusief de effecten van valutaomrekeningsverschillen, wijzigingen in de consolidatie, bijzondere posten, stelselwijzigingen en afschrijving op merken en de klantenportefeuille.

Autonome volumegroei

Toename van het geconsolideerd volume, exclusief het effect van acquisities die voor het eerst worden geconsolideerd.

Winst

Totale winst van de Groep voor aftrek van minderheidsbelangen.

®

Alle in dit document genoemde merknamen, ook wanneer deze niet met ® worden aangeduid, zijn geregistreerde merken en als zodanig wettelijk beschermd.

Regio

Een regio is een indeling van landen in geografische eenheden, zoals gedefinieerd door Heineken.

Opbrengsten

Netto gerealiseerde verkoopopbrengsten in EUR.

Total Cost Management (TCM)

TCM is een driejarig kostenbesparingsprogramma voor de periode 2009-2011. De maatregelen in het kader van dit programma zijn geclassificeerd in vier categorieën: Supply Chain, Commercie, Groothandels en Overige.

Omzetgroei

Groei van de opbrengsten.

Volume

Amstel® volume

Het Groep biervolume van het Amstel merk.

geconsolideerd biervolume (exclusief joint ventures)

100 procent van het biervolume dat door volledig geconsolideerde ondernemingen gebrouwen en verkocht is, exclusief het biervolume dat door joint ventures gebrouwen en verkocht is.

Groep biervolume

Het deel van het totale groepsvolume dat betrekking heeft op bier.

Heineken® volume

Het Groep biervolume van het Heineken merk.

Heineken® volume in premiumsegment

Het Groep biervolume van het Heineken merk in het premiumsegment (exclusief het Heineken volume in Nederland).

totaal biervolume

Het Groep biervolume in een land.

totaal Groepsvolume

100% van het bier-, frisdranken- en overige drankenvolume dat door volledig geconsolideerde ondernemingen en joint ventures geproduceerd en verkocht is, plus het volume aan Heineken merken dat in licentie is geproduceerd en verkocht.

Gewogen gemiddelde van aantal aandelen

basis

Het gewogen gemiddelde van het aantal geplaatste aandelen, gecorrigeerd voor het gewogen gemiddelde van de aangekochte eigen aandelen over het jaar.

verwaterd

Het gewogen gemiddelde van het aantal aandelen (basis), gecorrigeerd voor de effecten van alle aangekochte eigen aandelen die leiden tot verwatering