

**Heineken N.V. rapporteert sterke autonome groei over 2008; acquisities en bijzondere waardeverminderingen hebben belangrijk effect op winst**

Amsterdam, 18 februari 2009 – Heineken N.V. heeft vandaag het volgende bekendgemaakt:

- Sterke autonome nettowinstgroei van 11% overtreft de verwachting; nettowinst (beia) bedroeg EUR 1.013 miljoen.
- De gerapporteerde nettowinst bedroeg EUR 209 miljoen, verwaterd door lagere dan verwachte winsten van nieuwe bedrijfsonderdelen en de hieraan gerelateerde financieringskosten. Netto bijzondere lasten van EUR 757 miljoen, waarvan 80% betrekking heeft op posten zonder effect op de kasstroom.
- Het geconsolideerde biervolume is autonoom met 3,5% gegroeid. Sterke groei in Afrika, Azië en Centraal- en Oost-Europa; volumes in West-Europa en Noord- en Zuid-Amerika zijn gedaald als gevolg van het verslechterde economische klimaat.
- Het Heineken® volume in het internationale premiumsegment is met 4,7% gegroeid en doorbreekt voor het eerst de grens van 25 miljoen hectoliter, terwijl het marktaandeel is toegenomen.
- Een nieuw ondernemingsbreed actieprogramma zal leiden tot een kasconversieratio boven de 100% over de periode 2009-2011. De kapitaalinvesteringen voor 2009 worden verminderd met EUR 400 miljoen ten opzichte van 2008.
- Het aandeel van de vaste kosten is verbeterd naar 29,5% (2007: 30,7%). Het kostenbesparingsprogramma Fit2Fight is volledig en volgens schema uitgevoerd. Voortdurende aandacht voor rigoureuze kostenverlaging; invoering van Total Cost Management-programma.
- Voorgesteld dividend over 2008: EUR 0,62 per aandeel.

### Kerncijfers\*

	2008	2007	Mutatie	Autonome groei
	<i>(miljoen hl)</i>	<i>(miljoen hl)</i>		
Groep biervolume	161,5	139,2	16%	3,6%
Geconsolideerd biervolume	125,8	105,4	19%	3,5%
Heineken® volume in premiumsegment	25,9	24,7	4,7%	4,7%
	<i>(miljoen EUR)</i>	<i>(miljoen EUR)</i>		
Opbrengsten	14.319	11.245	27%	7,4%
EBIT	1.080	1.418	-24%	-
EBIT (beia)	1.932	1.748	11%	8,7%
Nettowinst	209	807	-74%	-
Nettowinst (beia)	1.013	1.119	-9,5%	11%
	<i>(EUR)</i>	<i>(EUR)</i>		
Verwaterde winst per aandeel	0,43	1,65	-74%	
Verwaterde winst per aandeel (beia)	2,07	2,28	-9,5%	

\* Met ingang van 1 januari 2008 hanteert Heineken bij de verslaglegging over joint ventures de vermogensmutatiemethode in plaats van proportionele consolidatie. De cijfers over 2007 zijn aangepast aan deze wijziging.

### Boodschap van de CEO

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

"Ondanks de verslechterende economische situatie hebben we een sterke autonome winstgroei geboekt, die onze verwachting overtreft. Dit is te danken aan een robuust prijsbeleid, hogere volumes, een betere verkoopmix en verlaging van de vaste kosten. Het Heineken merk is opnieuw sneller gegroeid dan het internationale premiumsegment.

De uitzonderlijke economische omstandigheden hebben ons echter genoopt een bijzondere waardevermindering te boeken op de goodwill in Rusland, onze investeringen in India en onze pubs in het Verenigd Koninkrijk. Deze bijzondere lasten zonder effect op de kasstroom, hebben, gekoppeld aan lage winstbijdragen van nieuwe bedrijfsonderdelen en de hieraan gerelateerde financieringskosten, geleid tot een substantieel lagere gerapporteerde nettowinst.

We hebben ons geografisch bereik aanzienlijk versterkt door 11 nieuwe markten te betreden. We bezetten nu de eerste of tweede marktpositie in 59 van de 66 markten waarin we actief zijn. We beschouwen dit onder de huidige omstandigheden als een belangrijk concurrentievoordeel.

Het strategisch potentieel van onze nieuwe markten blijft sterk. De afzwakking van de economie betekent echter dat het langer zal duren voordat we de gestelde doelen kunnen verwezenlijken. Met name het resultaat in het Verenigd Koninkrijk was teleurstellend, nu deze markt met uitzonderlijke uitdagingen kampt door een combinatie van de recessie, een daling van de horecaomzet, ongekende accijnsverhogingen, het rookverbod en een sterke waardedaling van het Britse pond. De aangekondigde synergieën worden gerealiseerd. Om de winstgevendheid te verhogen voeren we daarnaast extra kostenverlagingen door, herstructureren we verschillende bedrijfsonderdelen, investeren we in merken en verbeteren we de prijsstelling.

Zoals we de afgelopen maanden hebben gemerkt, is onze onderneming robuust, maar niet immuun voor de uitdagingen die de wereldwijde economische neergang met zich meebrengt. Daarom zullen we overal in de organisatie intensief de nadruk leggen op het genereren van kasstromen en het verlagen van kosten. We blijven investeren in onze belangrijkste merken, in klantrelaties en in mensen teneinde de winstgevendheid te verbeteren. Elke werkmaatschappij is specifieke actieplannen aan het implementeren om de uitdagingen op de lokale markt het hoofd te bieden.

De combinatie van al deze maatregelen zal ertoe leiden dat Heineken als een sterkere, beter concurrerende marktspeeler naar voren komt".

### **Vooruitzichten voor 2009**

De impact van de economische neergang is nog allerminst duidelijk en heeft potentieel belangrijke uitdagingen in zich. In verschillende biermarkten was eind 2008 sprake van een afzwakking. Daarom blijft Heineken behoedzaam ten aanzien van de verwachte ontwikkeling van de bierconsumptie.

Uit eerdere ervaringen blijkt dat de bierconsumptie als geheel relatief stabiel is in tijden van economische neergang, hoewel er verschuivingen kunnen optreden van horecaverkoop naar thuisconsumptie en van het middensegment naar het economische segment. De activiteiten van Heineken worden gekenmerkt door een brede geografische spreiding en de groei is derhalve niet afhankelijk van de ontwikkelingen in een klein aantal markten. De financiële structuur en de kasstroom van de onderneming blijven gezond en de langlopende, toegezegde kredietfaciliteiten zorgen voor financiële flexibiliteit. Deze factoren zullen bijdragen aan het beperken van het effect dat de wereldwijde recessie op Heineken heeft.

In 2009 en daarna zal Heineken rigoureus aandacht besteden aan:

- **Vermindering van de schuldbestand door initiatieven voor het genereren van positieve kasstromen.** Het gaat hierbij onder meer om programma's voor de verlaging van kapitaalinvesteringen en het netto werkkapitaal, alsmede om de verkoop van overbodige activa. Heineken heeft een actieprogramma opgesteld om de kasconversieratio te verhogen naar boven de 100% in de periode 2009-2011.

- **Verbetering van de resultaten van recent overgenomen bedrijven.** Voor elk nieuw bedrijf zijn specifieke, gerichte actieplannen opgesteld om de prestaties te verbeteren.
- **Terugdringing van alle kostencategorieën door middel van Total Cost Management.** Heineken heeft nieuwe initiatieven ontplooid voor verlaging van de kosten, waarbij de nadruk ligt op besparingen met een onmiddellijk en positief effect op de kasstroom.
- **Handhaving van de prijsstelling voor de belangrijkste merken.** Heineken zal ook in de toekomst de effecten van hogere kosten, valutakoersschommelingen en accijnsverhogingen doorberekenen in de verkoopprijzen van de belangrijkste merken. De marges, die in 2008 negatief werden beïnvloed door sterke kostenstijgingen, zullen hierdoor worden hersteld.
- **Verhoging van efficiëntie en effectiviteit van alle marketinginvesteringen.** Heineken zal in juiste mate marketingondersteuning bieden aan de belangrijkste lokale en internationale merken, gebruikmakend van de lagere mediatarieven.

Voor 2009 verwacht Heineken dat de onderliggende neerwaartse trend in het aantal medewerkers zich zal voortzetten als gevolg van programma's voor kostenbeheersing en efficiëntieverhoging.

De kapitaalinvesteringen in materiële vaste activa, met inbegrip van investeringen door recent overgenomen bedrijven, zullen circa EUR 700 miljoen bedragen (4,9% van de opbrengsten in 2008), waarvan EUR 230 miljoen betrekking heeft op uitbreidingsprojecten die in eerdere jaren zijn gestart. De kapitaalinvesteringen in materiële vaste activa zijn op dezelfde basis aanzienlijk gedaald ten opzichte van de EUR 1,1 miljard in 2008. Dit wordt voornamelijk veroorzaakt door nieuwe initiatieven om de kapitaalinvesteringen te beperken en door de voltooiing van enkele investeringsprogramma's. Heineken zal de kapitaalinvesteringen uit de kasstroom financieren.

Met ingang van 2009 brengt Heineken na elk eerste en derde kwartaal een bestuursverslag uit.

### **Dividend**

De Algemene Vergadering van Aandeelhouders van 23 april 2009 zal worden gevraagd goedkeuring te verlenen aan de uitkering van een contantdividend van EUR 0,62 (2007: EUR 0,70) per aandeel van EUR 1,60 nominaal. Dit komt neer op een dividenduitkering van 30% van de nettowinst, in lijn met het dividendbeleid van Heineken om 30-35% van de nettowinst (beia) uit te keren. Aangezien op 3 september 2008 een interimdividend is uitgekeerd van EUR 0,28 per aandeel, bedraagt het slotdividend EUR 0,34 per aandeel, waarop 15% Nederlandse dividendbelasting wordt ingehouden. Het slotdividend wordt betaalbaar gesteld op 4 mei 2009. De aandelen Heineken worden op 27 april 2009 ex-dividend genoteerd.

**Persinformatie**

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

**Beleggers- en analisteninformatie**

Jan van de Merbel  
Telefoon: 020 5239 591  
investors@heineken.com

*De persconferentie om 9:00 CET en de analistenpresentatie om 15:00 CET zijn vandaag live te volgen via [www.heinekeninternational.com/webcast](http://www.heinekeninternational.com/webcast). De presentaties zijn na afloop via de website te downloaden.*

**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 2008 had de onderneming 125 brouwerijen in bezit in meer dan 70 landen en verkocht zij 162 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 2008 bedroegen de opbrengsten EUR 14,3 miljard en de nettowinst (voor bijzondere posten en amortisatie) EUR 1,0 miljard. In 2008 werkten bij Heineken gemiddeld 56.208 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>.

### Bijlage: Verklarende woordenlijst

Autonome groei	Groei exclusief de effecten van valutaomrekeningsverschillen, wijzigingen in de consolidatie, bijzondere posten, afschrijving op merken en klanten portefeuilles en stelselwijzigingen
Beia	Vóór bijzondere posten en afschrijvingen op merken en klanten portefeuilles
Dividenduitkering	Voorgesteld dividend als percentage van de nettowinst beia
EBIT	Winst voor rente, belastingen en netto financieringskosten
Fit2Fight	Kostenbesparingsprogramma dat beoogt de vaste kosten in 2008 met EUR 450 miljoen te verlagen ten opzichte van 2005
Geconsolideerd biervolume	100% van het biervolume dat door volledig geconsolideerde ondernemingen gebrouwen en verkocht is.
Groep biervolume	Het deel van het totale volume van de Groep dat betrekking heeft op bier
Heineken <sup>®</sup> volume in premiumsegment	Het groepsvolume van het Heineken <sup>®</sup> merk in het premiumsegment (exclusief het Heineken <sup>®</sup> volume in Nederland)
Nettowinst	Winst na aftrek van minderheidsbelangen (winst toe te rekenen aan aandeelhouders van de vennootschap)
Omzetgroei	Groei van netto opbrengsten
Opbrengsten	Netto gerealiseerde verkoopopbrengsten in euro's
<sup>®</sup>	Alle in dit verslag genoemde merknamen, ook wanneer deze niet met <sup>®</sup> worden aangeduid, zijn gedeponeerde handelsmerken en als zodanig wettelijk beschermd
Fit2Fight vastekostenratio	Vaste kosten inclusief personeelskosten, afschrijvingen, kosten voor reparatie en onderhoud en andere vaste kosten, maar zonder bijzondere lasten, als percentage van opbrengsten
Verwaterde winst per aandeel	Nettowinst gedeeld door het gewogen gemiddelde van het aantal uitgegeven aandelen (verwaterd)
Winst	Totale winst van de Groep voor aftrek van minderheidsbelangen
Winst per aandeel	Nettowinst gedeeld door het gewogen gemiddelde van het aantal aandelen (basis)

### Voorbehoud

Dit persbericht bevat toekomstgerichte uitspraken die betrekking hebben op de financiële positie en de resultaten van Heineken. Deze toekomstgerichte uitspraken zijn onderhevig aan risico's en onzekerheden, die ertoe kunnen leiden dat de feitelijke resultaten materieel afwijken van de resultaten die worden genoemd in de

toekomstgerichte uitspraken. Veel van deze risico's en onzekerheden hebben betrekking op factoren die Heineken niet onder controle heeft en/of niet nauwkeurig kan inschatten, zoals bijvoorbeeld toekomstige marktontwikkelingen en ontwikkelingen in de economie, het handelen van andere marktspelers, veranderingen in consumentenvoorkeuren, het vermogen om overgenomen bedrijven succesvol te integreren en de verwachte synergieën te realiseren, de kosten van grondstoffen, schommelingen in rentevoeten en wisselkoersen, veranderingen in belastingtarieven, wijzigingen in de wetgeving, pensioenkosten, het handelen van regulerende instanties en het weer. Deze en andere risicofactoren worden gedetailleerd beschreven in de elk jaar gepubliceerde jaarverslagen van Heineken. U wordt aangeraden om niet overmatig te vertrouwen op deze toekomstgerichte uitspraken, die uitsluitend relevant zijn op de datum van dit persbericht. Heineken is geenszins verplicht om herzieningen van deze toekomstgerichte uitspraken te publiceren naar aanleiding van gebeurtenissen of gewijzigde omstandigheden na dato. Schattingen van marktaandelen in dit persbericht zijn gebaseerd op externe bronnen, zoals gespecialiseerde onderzoeksbureaus, in combinatie met ramingen door het management van Heineken.