



AVA Heineken N.V.
23 april 2009



Heineken NV

**Algemene Vergadering van
Aandeelhouders 2009**

Presentatie Resultaten 2008
door Jean-François van Boxmeer
Voorzitter van de Raad van Bestuur

Amsterdam, 23 april 2009

2008: Sterke autonome winstgroei

acquisities en afboekingen reduceren winst aanzienlijk

- **Sterke autonome groei**
 - Autonome nettowinstgroei +11%
 - Autonome groei geconsolideerd biervolume +3,5%
 - Heineken® premium volume +4,7%
 - Uitstekende groei in Afrika
 - F2F levert EUR 469m bruto kostenbesparingen
- **Geografische spreiding aanzienlijk verbeterd de afgelopen 18 maanden**
 - 11 nieuwe markten betreden met #1 en #2 posities
 - Significant groeipotentieel
- **Acquisities en afboekingen hebben significante invloed op de winst**
 - Financieringskosten flink hoger dan EBIT bijdrage
 - Netto buitengewone lasten EUR 757m, 80% non-cash

Robuuste EBIT (beia) stijging maar lagere gerapporteerde nettowinst

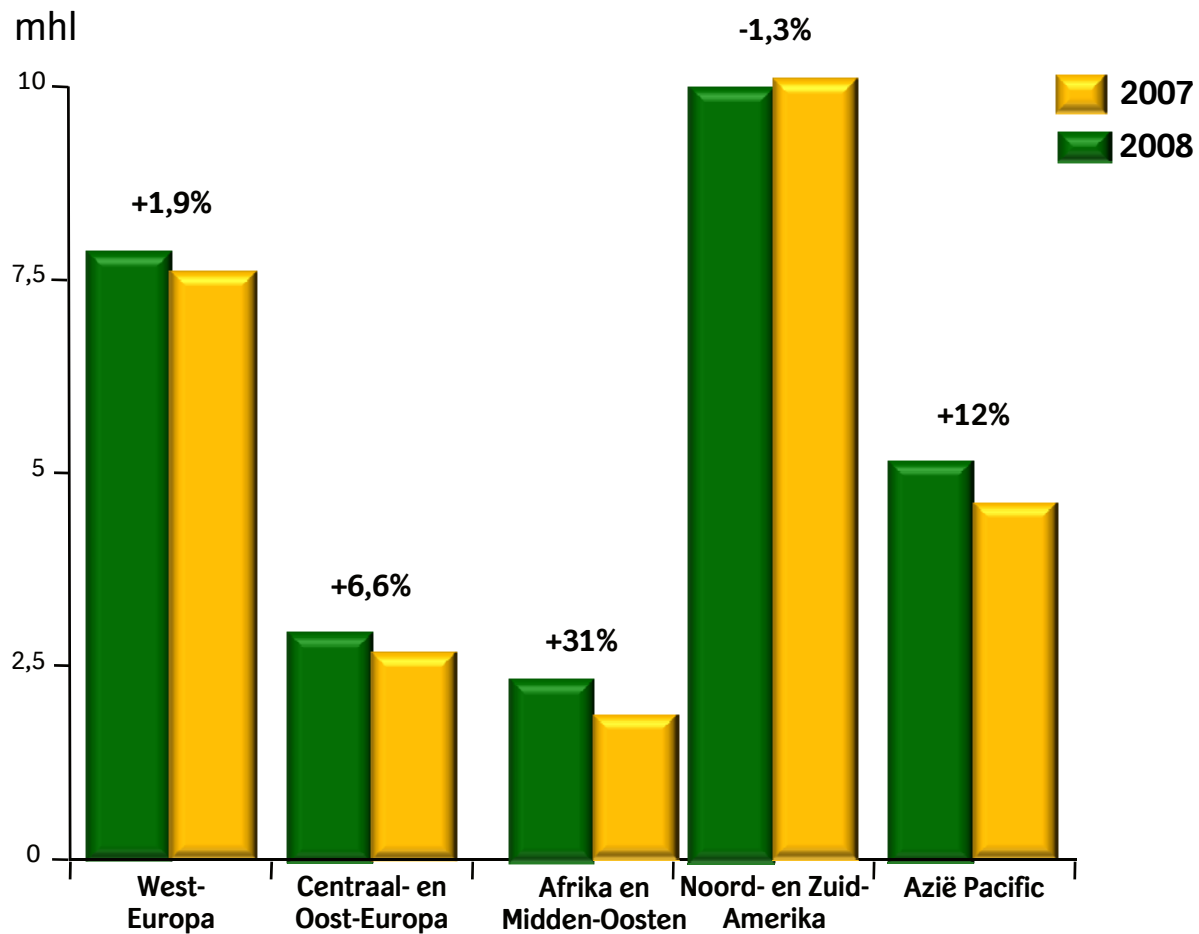
	Euro	Verandering	Autonoom
Geconsolideerd biervolume	125,8 m	+19%	+3,5%
Opbrengsten	14,3 m	+27%	+7,4%
EBIT (beia)	1,9 m	+11%	+8,7%
Nettowinst (beia)	1,0 m	-9,5%	+11%
Gerapporteerde nettowinst	209 m	-74%	
Nieuwe consolidaties:			
EBIT bijdrage	71 m		
Financieringskosten*	-320 m		
Buitengewone lasten (na belastingen)	757 m		
• waarvan afboekingen (na belastingen)	508 m		

* Exclusief overige financiële inkomsten, valuta en rente

Heineken merk: leidende positie verder versterkt

Heineken
NV

Heineken® +4,7% in Internationaal Premium Segment



Heineken betreedt 11 nieuwe markten met #1 en #2 posities

Heineken
NV

West-Europa

Verenigd Koninkrijk
Portugal
Finland
België
Ierland
Zwitserland

Centraal- en Oost-Europa

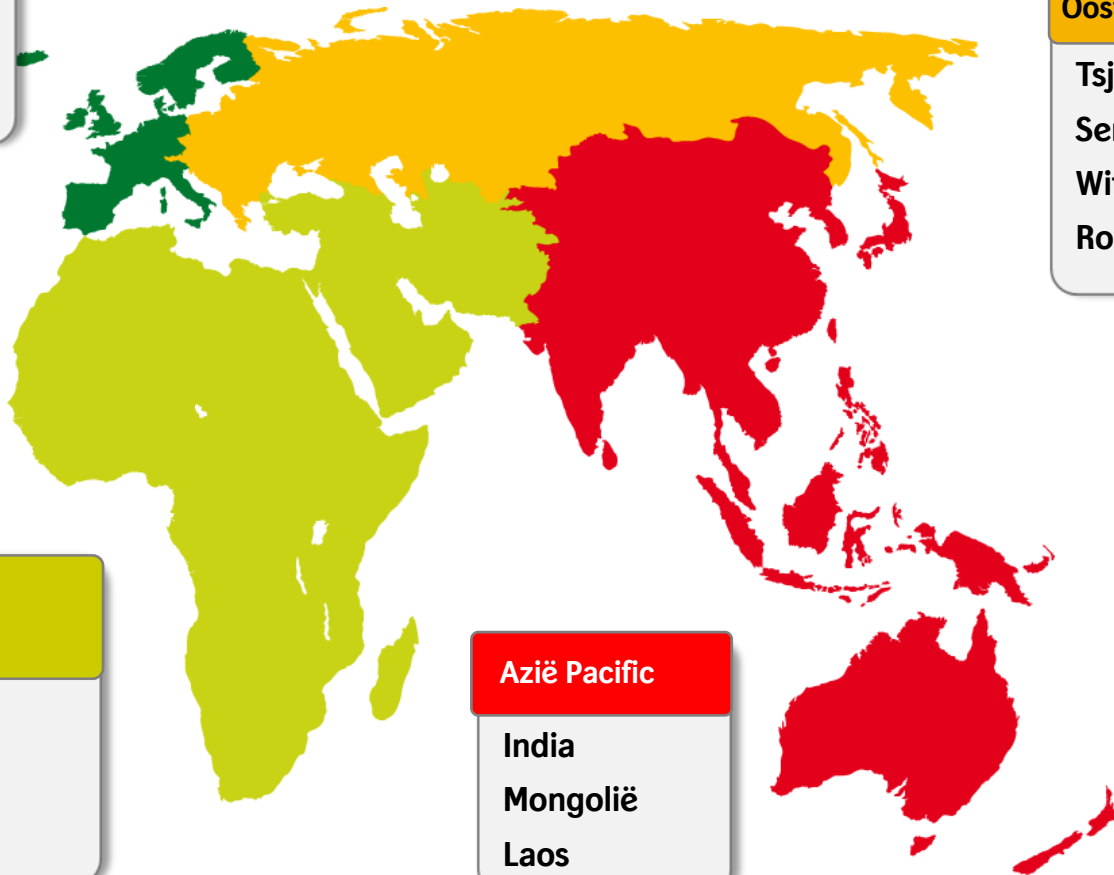
Tsjechië
Servië
Wit-Rusland
Roemenië

Afrika en het Midden-Oosten

Algerije
Tunesië
Zuid-Afrika

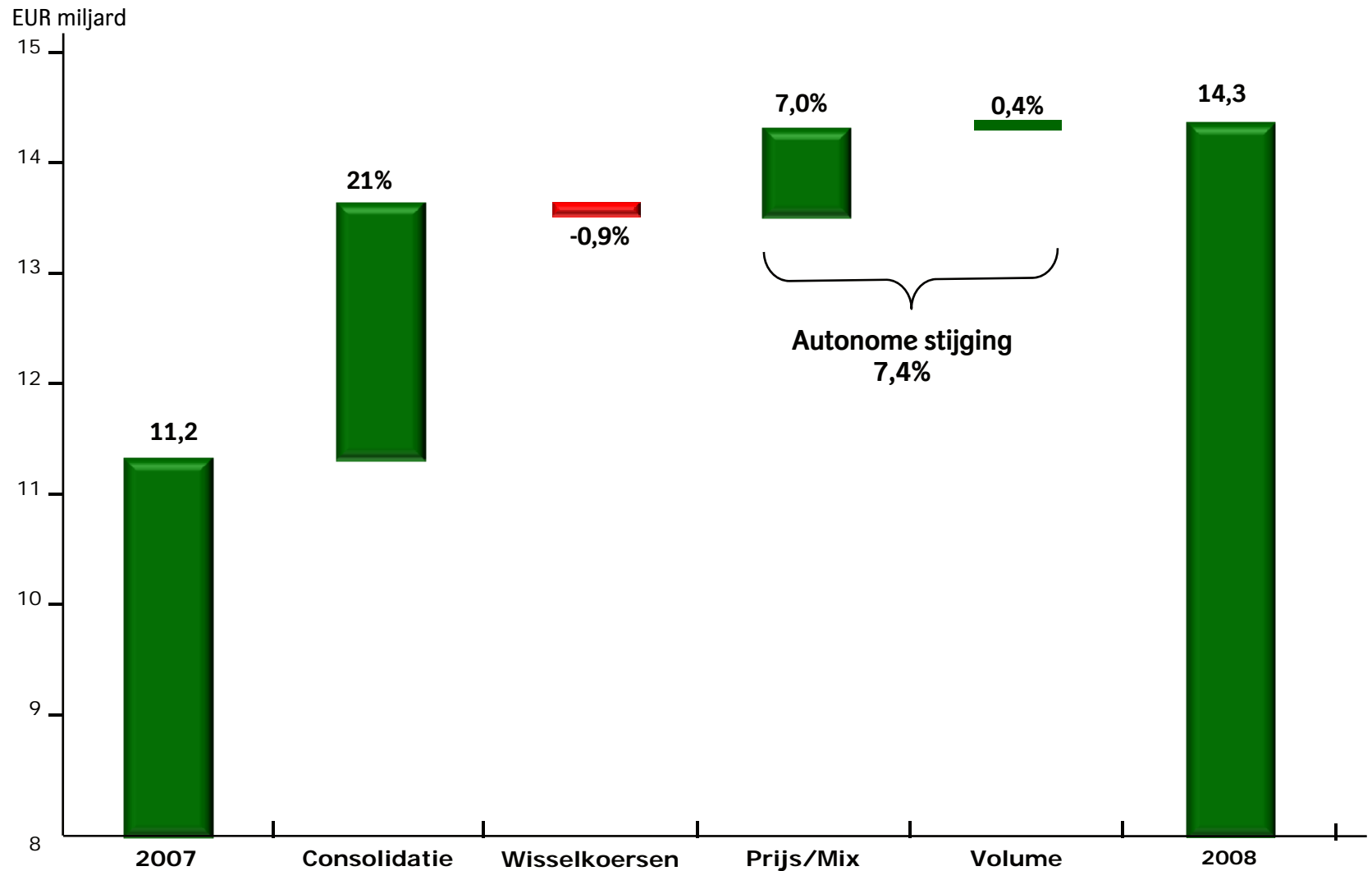
Azië Pacific

India
Mongolië
Laos

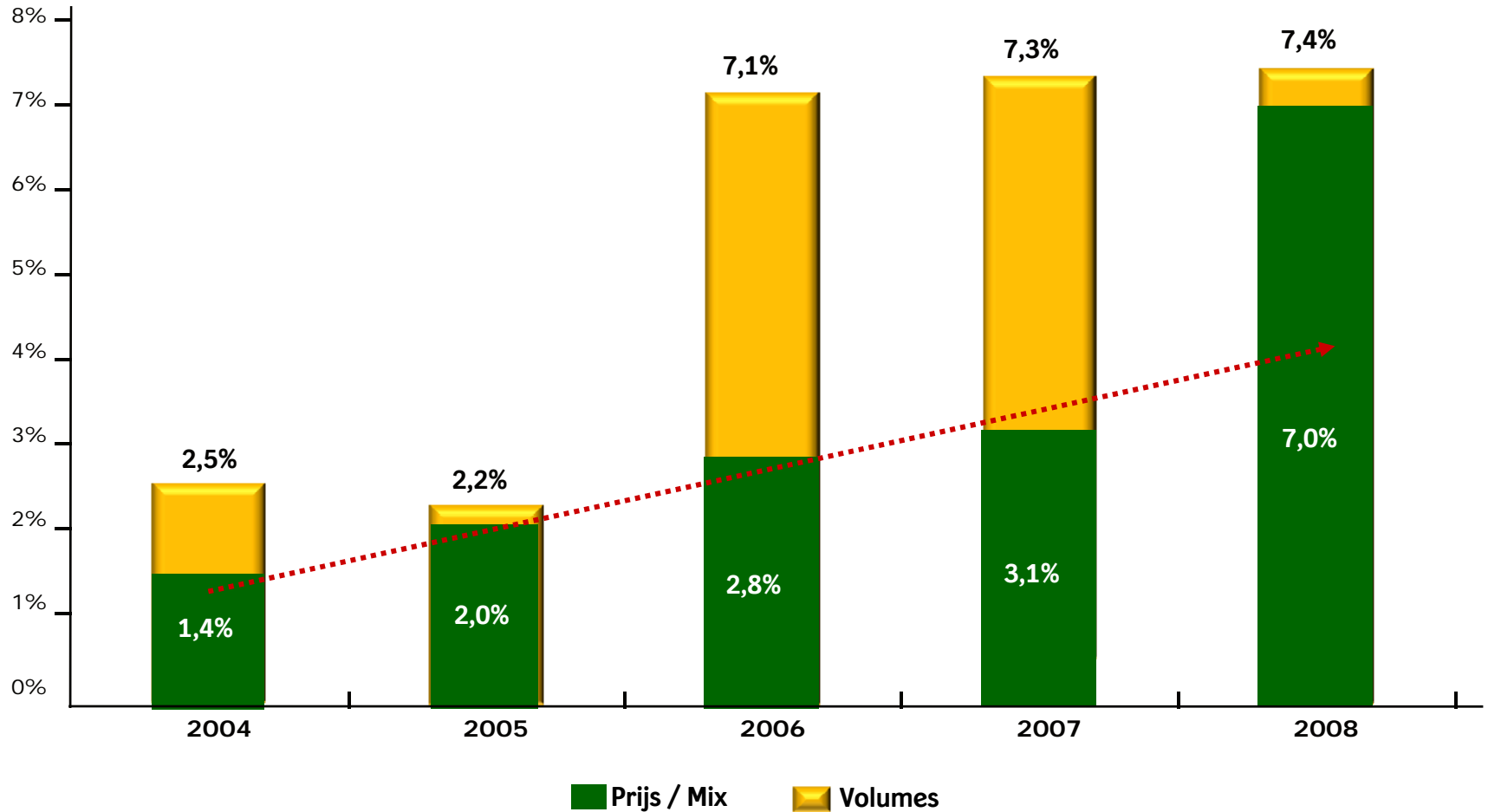


Autonome stijging opbrengsten 7,4%

Heineken
NV

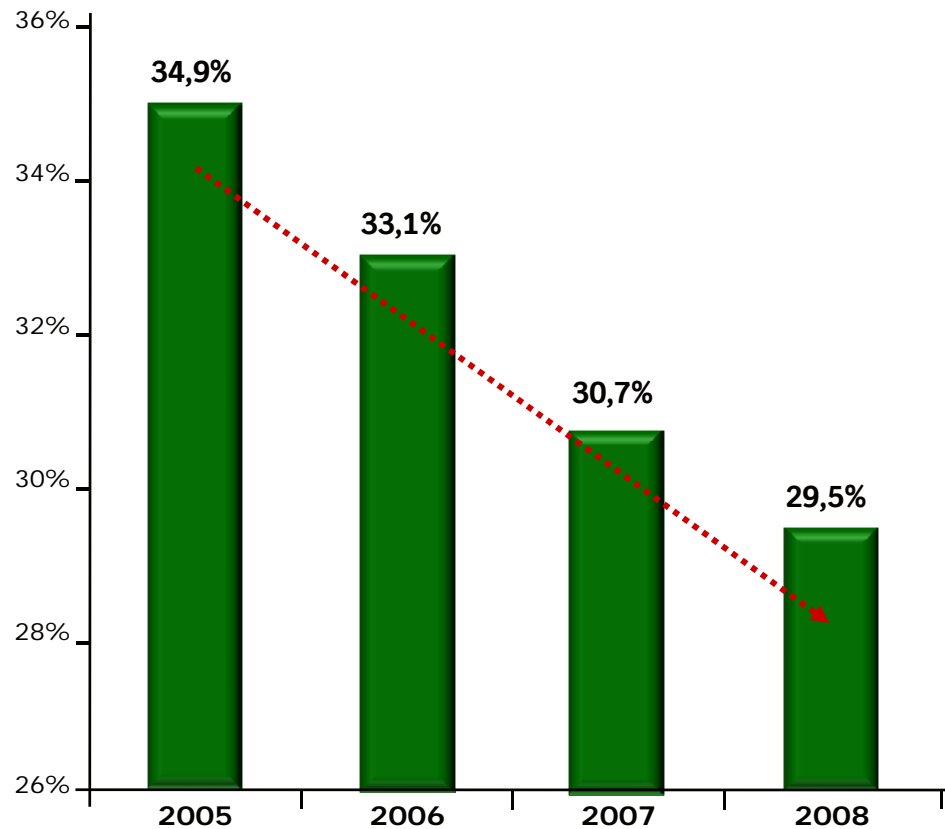


Betere prijzen en verkoopmix....



...en sterke kostenbesparingen...

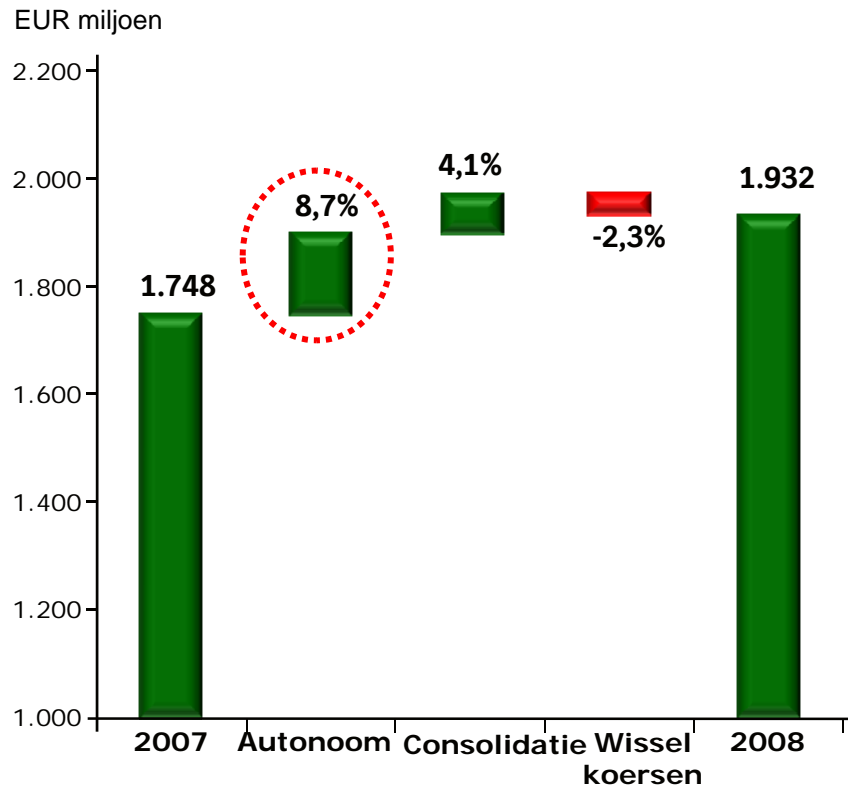
F2F vaste kosten als % van opbrengsten



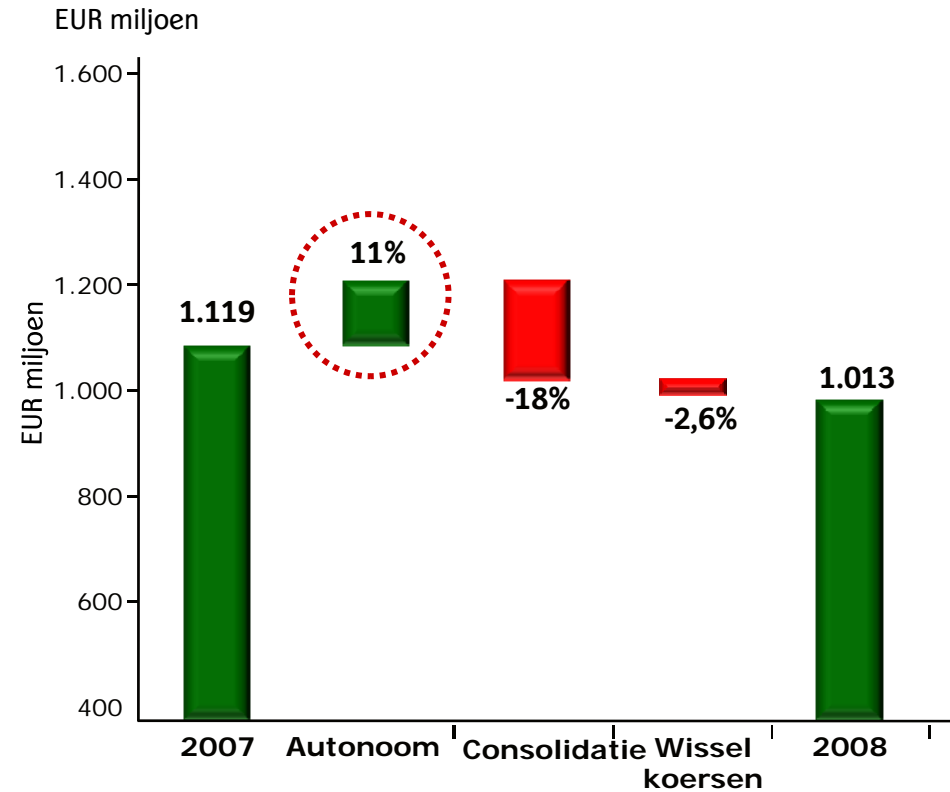
- F2F totale besparingen EUR 469m
- 2008 besparingen EUR 164m
- F2F totale buitengewone herstructureringskosten EUR 284m
 - 2008 kosten EUR 125m
- 5 brouwerijen gesloten
- FTE daling >12.000
- “Total Cost Management” programma geïntroduceerd voor 2009-2011

... resulteren in een sterke autonome winstgroei

EBIT (beia)



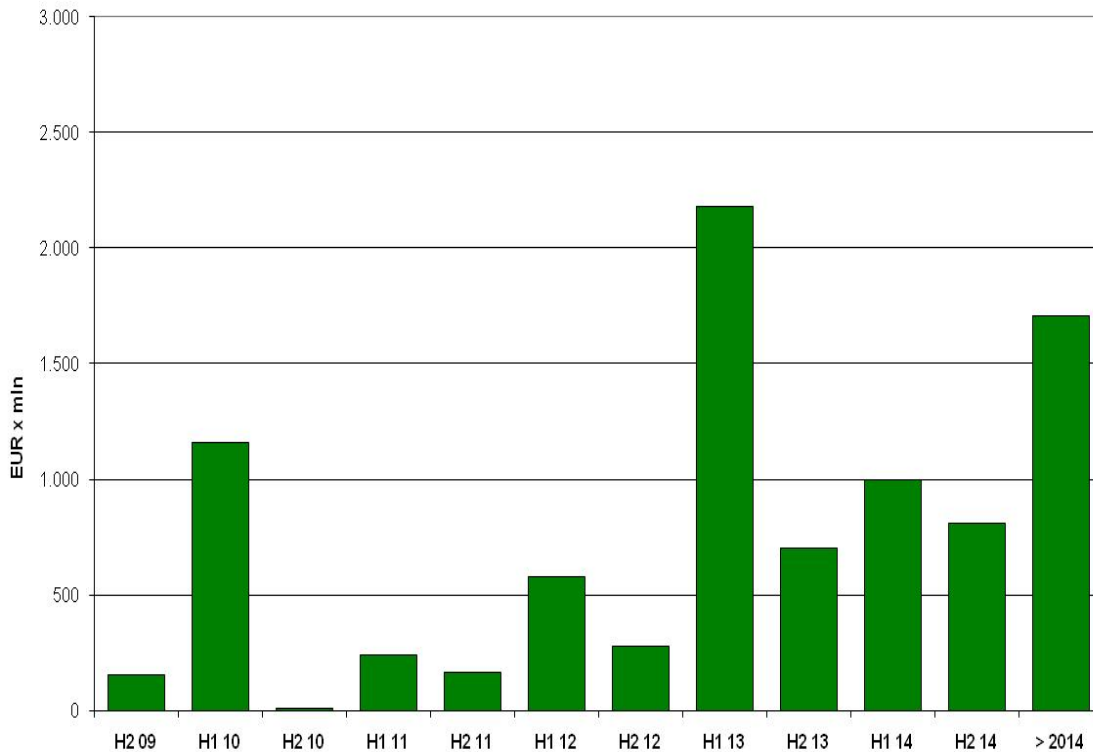
Nettowinst (beia)



Financieel sterk: gebalanceerde aflossingsverplichtingen

Heineken
NV

Aflossingsprofiel lange-termijnschuld - per eind maart '09



- 2008 Netto schuld: EUR 8,9 miljard
- 2008 Netto schuld/EBITDA ratio van 3,3x
- Doel is ratio lager dan 2,5x
- 85% van schuld heeft vaste rentetarieven
- Schuld >80% in euro's
- Gemiddeld rentetarief 2009 5,8%

Beschikbare financiering:

- Doorlopende kredietfaciliteit tot 2012, EUR 1.5 miljard beschikbaar per eind maart 2009
- 2-jaars 'standby' doorlopende kredietfaciliteit van EUR 375m
- GBP 400m 6-jaars obligatie omgeruild naar EUR 450m
- Euro 1 miljard 5-jaar obligatie

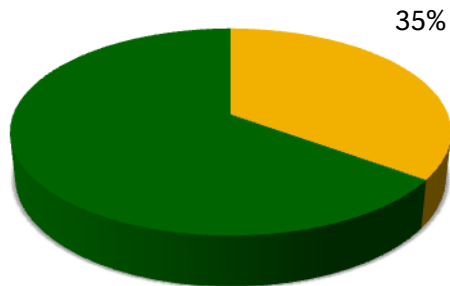


Heineken

NV

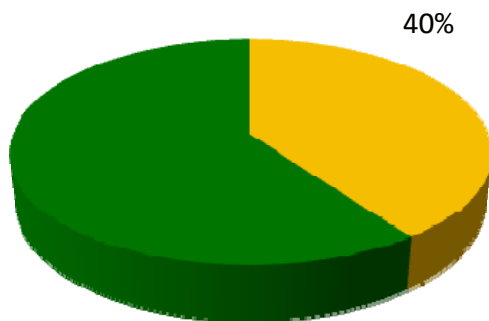
Ontwikkelingen per regio

Geconsolideerd biervolume



44,3mhl +39%

EBIT (beia)



EUR 775m +16%

- EBIT (beia) autonoom gestegen
- Heineken® steeg met 1,9% naar 7,6mhl
- Robuuste prijsverhogingen zorgen voor behoud marges in onze bestaande markten
- Operationele marge (beia) daalt 10,1%, -210 bps door S&N
- F2F programma realiseert alle kostenbesparingen volgens planning
- Afzwakkende economieën, hoge inflatie in consumentenprijzen en rookverbod hadden negatief effect op volume
- Bierverkopen in horeca gedaald
- Geconsolideerd biervolume daalde -1,6% autonoom

Verenigd Koninkrijk

“the perfect storm”



- Eerste recessie in decennia
- Voor het eerst in de geschiedenis 2 accijnsverhogingen binnen 1 jaar
- Prijsverhogingen onvoldoende om gestegen kosten te compenseren
- Bierverkoop in horeca met 9,5% gedaald
- Nadelig effect van het rookverbod
- Britse pond met 21% gedaald ten opzichte van de euro

Lange-termijn potentieel blijft bestaan:

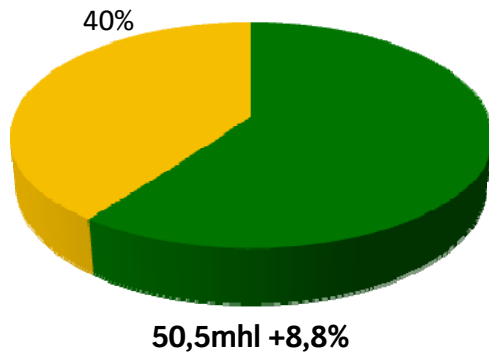
- Marktleider in zowel volume als waarde
- Sterk ste merkenportfolio
- Heineken® volume groeide 24% in 2008
- Leider in cider, volume +6.5% tot 3,2mhl; marktaandeel 48%
- Marktaandeel gewonnen in de horeca
- Verbeterde prijzen
- Synergiën worden gerealiseerd
- Flinke aanvullende kostenbesparingen geïdentificeerd
- Prioriteiten helder: investeren in merken, verbeteren prijzen, kostenreductie



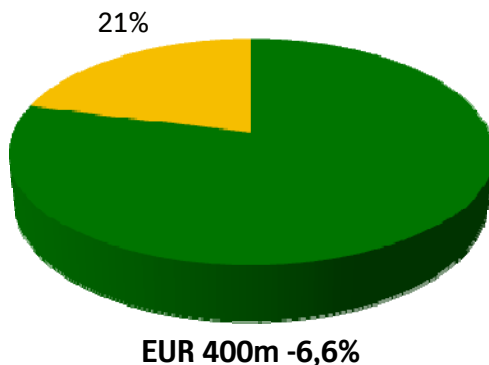
Centraal- en Oost-Europa

groei van volume en marktaandeel

Geconsolideerd biervolume



EBIT (beia)

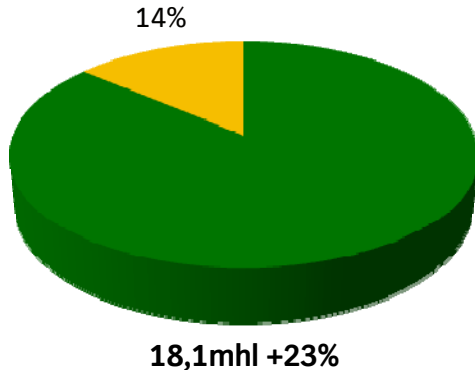


- Biermarkten ontwikkelden goed in 2008, maar de groei vertraagde in het vierde kwartaal
- Geconsolideerd biervolume steeg 8,8%
- Sterke resultaten in Griekenland, Polen, Slowakije, Roemenië en Kroatië
- Heineken® steeg 6,6% tot 2,8mhl, groeiend in alle markten
- Prijsverhogingen waren onvoldoende om de gestegen inkoopkosten te compenseren
- Rusland: hoger marktaandeel, lagere marges, daling roebel, afboeking 'goodwill'
- Operationele marge 10,5% (-270 bps)
- Uitbreiding positie: Roemenië, Servië, Tjsechië en Wit - Rusland

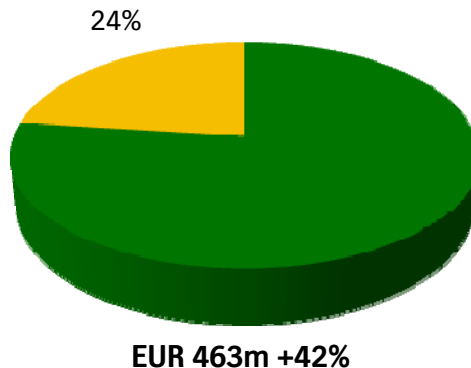
Afrika & het Midden-Oosten

een uitstekend resultaat

Geconsolideerd biervolume



EBIT (beia)

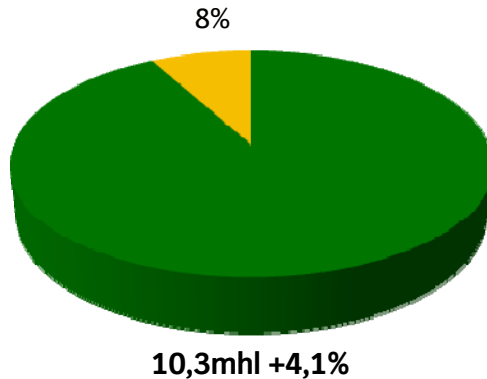


- Weinig invloed van de recessie op de bierconsumptie
- Politieke stabiliteit en economische groei doen bierconsumptie toenemen
- Operationele marge (beia) 24,9% (+200 bps)
- Heineken[®] steeg 31% tot 2,1mhl
- Uitstekend resultaat in Nigeria van Nigerian Breweries en Consolidated Breweries
- Goede resultaten in Centraal-Afrika en Egypte
- Sterke volumegroei in Zuid-Afrika, nieuwe Sedibeng brouwerij operationeel eind 2009
- Nieuwbouw brouwerijen in Democratische Republiek Congo en Tunesië in productie
- Geacquireerde brouwerij in Algerije ontwikkelt goed

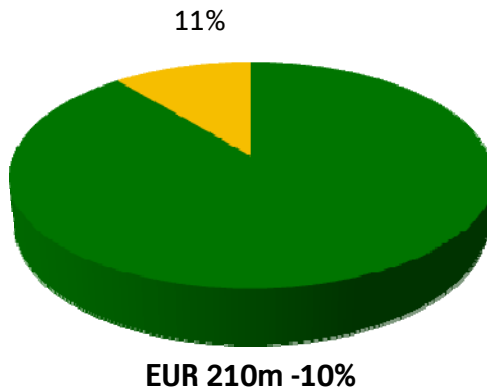
Noord- en Zuid-Amerika

toenemende internationale concurrentie

Geconsolideerd biervolume



EBIT (beia)

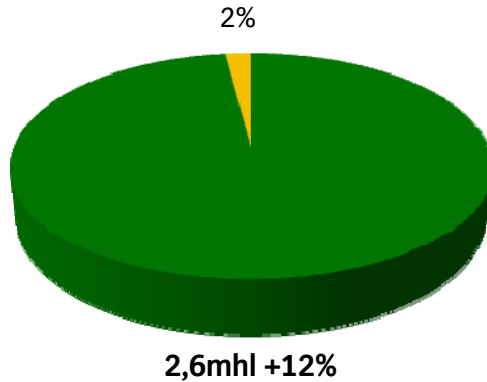


- Groepsbiervolume 19,4mhl (+2,2% autonoom)
- Heineken® 9mhl (-1,3%)
- Autonome EBIT(beia) groei tenietgedaan door negatief effect wisselkoersen
- Heineken USA volume -2%, importsegment -1,5%
 - Nederlandse merken “depletions” –4,9%
 - Mexicaanse merken “depletions”+7,9%
 - Prijsverhoging: +4,2% voor de Nederlandse merken per november 2008
 - Nieuwe advertentiecampagne voor Heineken®
- Export naar Canada ontwikkelde sterk
- Goede volumegroei in Caribisch gebied en Latijns-Amerika

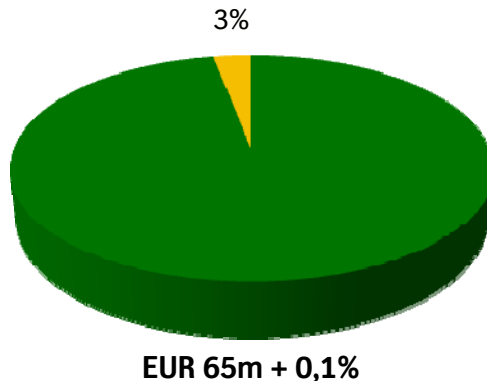
CCU joint venture

- Groepsbiervolume +8% autonoom, acquisities in Chili (wijn) en Argentinië (bier), winstbijdrage stabiel

Geconsolideerd biervolume



EBIT (beia)



- Groepsbiervolume 14,6mhl (+9,1%)
- Heineken® steeg 12% tot 4,4mhl
- Operationele marge (beia) 16,7% (+300 bps)

Asia Pacific Breweries joint venture

- Groepsbiervolume 10,8 mhl, Nettowinst (beia) EUR 15,2m (Heineken aandeel)
- Geografische positie uitgebreid

United Breweries/MABL joint ventures in India (37,5% aandeel)

- Daling aandelenkoers en daling roepia leidde tot afboeking

Heineken's directe activiteiten:

- Groepsbiervolume 3,6 mhl, EBIT (beia) EUR 46,9m, een groei van 44%
- Multi Bintang Indonesië, hoger volume en hogere winst
- Export naar Taiwan, Australië en Zuid-Korea ontwikkelde goed



Heineken

NV

Toelichting naar aanleiding van
het eerste kwartaalbericht

De recessie heeft effect op bierconsumptie

- Daling van bierverkoop, met name in de horeca
- Verschuiving naar goedkopere merken
- Daling bierverkoop in vierde kwartaal 2008 en eerste kwartaal 2009

Met daarnaast:

- Accijnsverhogingen
- Hogere rentekosten
- Daling wisselkoersen ten opzichte van de euro

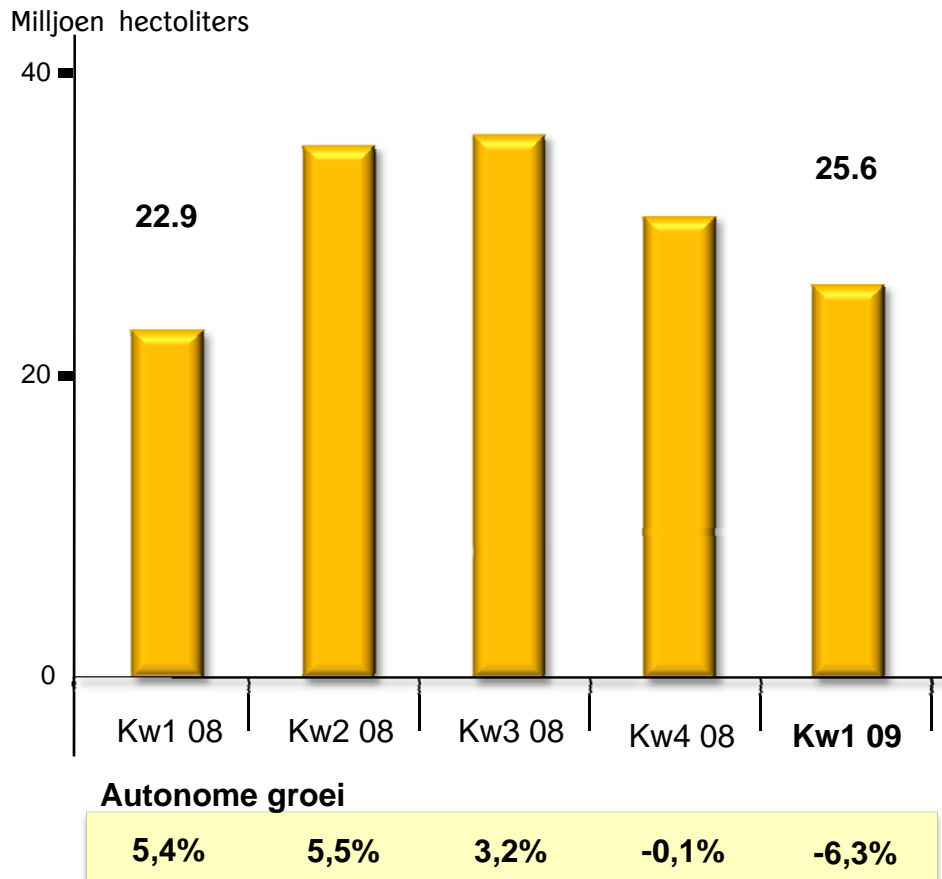


Tussentijdse verslaggeving eerste kwartaal 2009

- Opbrengsten EUR3.046 miljoen (+24%)
 - Autonom: prijsverhogingen +6%, volume -7%
 - Gestegen verkoopprijzen in de meeste markten
- Geconsolideerd biervolume 25,6mhl (+12%)
 - Autonome groei -6,3%
 - Verdergaande sterke volumegroei in Afrika
 - Autonome volume in Europa en Noord- en Zuid-Amerika daalt
- Heineken® merkvolume in internationaal premium segment -5,8%
 - Handhaven van prijspositionering

Volume ontwikkeling kw1 2009

Geconsolideerd biervolume (mhl)



- Eerste kwartaal is laagseizoen voor bierverkoop
- Volumegroei in Europa en de VS nam al af in vierde kwartaal 2008
- Volumegroei blijft sterk in Afrika
- Daling van volume in eerste kwartaal 2009 door:
 - Recessie
 - Ongunstig weer
 - Rookverbod
 - Voorraadverlaging distributie
 - Accijnsverhogingen
 - Verkoopprijzen gestegen

Heineken's positie is robuust

Heineken
NV

- Bier is relatief minder gevoelig voor recessie
- Financiële structuur en kasstroom zijn gezond
- Sterke merkenportfolio's
- Heineken, het leidende internationale premium merk
- Goede geografische spreiding, leidende posities in 59 van onze 66 markten
- Bewezen expertise



Focus op

- Kasstroomgeneratie en kasconversie (boven 100% in 2009-2011)
- Aflossing schuld tot 2,5x nettoschuld/EBITDA (beia)
- Verdere sterke kostenbesparingen door Total Cost Management
- Verdere versterking van de belangrijkste merken met behoud van prijspositie
- Verbeteren resultaten van de nieuwe ondernemingen

Commercial



1. Verslag over het boekjaar 2008

- a) Vaststelling van de jaarrekening over het boekjaar 2008
- b) Besluit over de bestemming van het saldo van de winst- en verliesrekening in overeenstemming met artikel 12, lid 7 van de statuten van de vennootschap en de uitkering uit ingehouden winsten
- c) Decharge van de leden van de Raad van Bestuur
- d) Decharge van de leden van de Raad van Commissarissen

2. Statutenwijziging

3. a) Verlenging ~~en wijziging~~ van de machtiging van de Raad van Bestuur tot inkoop eigen aandelen
b) Verlenging van de machtiging van de Raad van Bestuur tot uitgifte van (rechten op) aandelen
c) Verlenging van de machtiging van de Raad van Bestuur tot beperking of uitsluiting van het voorkeursrecht van aandeelhouders
4. a) Agendapunt ingetrokken
b) Agendapunt ingetrokken
5. a) Herbenoeming van de heer M. Das tot lid (en gedelegeerd lid) van de Raad van Commissarissen
b) Herbenoeming van de heer J. M. Hessels tot lid van de Raad van Commissarissen
c) Benoeming van de heer Ch. Navarre tot lid van de Raad van Commissarissen

Belangrijke informatie (“disclaimer”)

- Deze presentatie bevat toekomstverwachtingen met betrekking tot de financiële stand van zaken en de resultaten van de activiteiten van Heineken. Deze toekomstverwachtingen zijn onderworpen aan risico's en onzekerheden die kunnen veroorzaken dat de werkelijke resultaten materieel kunnen afwijken van de toekomstverwachtingen.
- Veel van de risico's en onzekerheden betreffen factoren die Heineken niet kan beïnvloeden of niet precies kan inschatten, zoals toekomstige en economische marktomstandigheden, het gedrag van andere partijen in de markt, veranderingen in de voorkeur van de consument, het vermogen om op succesvolle wijze verworven ondernemingen te integreren en voorziene synergieën te realiseren, kosten van grondstoffen, rente- en wisselkoersontwikkelingen, wijziging van belastingtarieven, wetswijzigingen, pensioenkosten, acties van overheidsinstanties en de weersgesteldheid. Deze en andere risicofactoren worden in detail uiteengezet in Heinekens openbare jaarverslagen.
- We benadrukken dat geen ongerechtvaardigd vertrouwen moet worden gesteld in deze toekomstverwachtingen, die slechts worden gegeven per de datum van deze presentatie. Heineken heeft niet de verplichting om als gevolg van gebeurtenissen of ontwikkelingen na heden enige herziening van deze toekomstverwachtingen publiekelijk bekend te maken.
- De in deze presentatie genoemde ramingen van marktaandelen zijn, behalve op schattingen van het management, gebaseerd op externe bronnen zoals gespecialiseerde marktonderzoeksinstituten.

april 2009



Heineken N.V.
2009