

Proces-verbaal van de Algemene Vergadering van Aandeelhouders

Heineken N.V.

20 april 2006

(anonieme versie)

De notariële akte is verleden op 12 juli 2006 ten overstaan van
mr. R.H. Meppelink, notaris te Amsterdam

Inhoudsopgave:

1.	Verslag over het boekjaar 2005	pag. 2
1A.	Vaststelling van de Balans per 31 december 2005, van de Winst- en Verliesrekening over het boekjaar 2005 en van de toelichting	pag. 19
1B.	Toelichting op het Reserverings- en Dividendbeleid	pag. 21
1C.	Beslissing over de bestemming van het saldo van de Winst- en Verliesrekening overeenkomstig het bepaalde in artikel 12 lid 7 van de statuten van de vennootschap	pag. 22
1D.	Decharge van de leden van de Raad van Bestuur	pag. 23
1E.	Decharge van de leden van de Raad van Commissarissen	pag. 23
2	Machtiging van de Raad van Bestuur tot inkoop eigen aandelen	pag. 25
3.	Machtiging van de Raad van Bestuur tot uitgifte van (rechten op) aandelen alsmede tot beperking casu quo uitsluiting van het voorkeursrecht	pag. 26
4.	Benoeming van vier commissarissen	pag. 26
4A.	Herbenoeming van de heer C.J.A. van Lede	pag. 28
4B.	Herbenoeming van de heer J.M. de Jong	pag. 29
4C.	Benoeming mevrouw A.M. Fentener van Vlissingen	pag. 29
4D.	Benoeming Lord MacLaurin of Knebworth	pag. 29
	Sluiting	pag. 30

Lijst van sprekers:

- mr. C.J.A. van Lede pag. 1, 2, 7, 8, 10, 12, 13, 14, 15, 16,
17, 18, 19, 21, 22, 23, 24, 25, 26,
27, 28, 29, 30
- J.F.M.L. van Boxmeer pag. 2, 3, 4, 5, 6, 7, 10, 11, 12, 13, 14,
15, 17, 18, 19
- M.J. Bolland pag. 11
- D.R. Hooft Graafland pag. 20, 21
- mr. M. Das pag. 23, 24
- J.M. de Jong pag. 28, 29
- Spreker 1 pag. 8, 9, 10,
- Spreker 2 pag. 12, 13, 14, 19, 20, 21, 23, 24
- Spreker 3 pag. 14, 15, 21, 25, 27, 28
- Spreker 4 pag. 15, 16, 28
- Spreker 5 pag. 16, 17
- Spreker 6 pag. 19

PROCES-VERBAAL VERGADERING

Jaarvergadering Heineken N.V. 2006

Op twintig april tweeduizend zes om veertien uur heb ik, mr. Rien Henk Meppelink, notaris met plaats van vestiging Amsterdam, ten verzoeken van de Raad van Bestuur van de naamloze vennootschap: **HEINEKEN N.V.**, gevestigd te Amsterdam, kantoorhoudende te 1017 ZD Amsterdam, Tweede Weteringplantsoen 21 (hierna ook te noemen: "Heineken" of "de vennootschap"), mij bevonden in de Beurs van Berlage te Amsterdam, aan het Damrak 277 te (1012 ZJ) Amsterdam, ten einde aldaar proces-verbaal op te maken van hetgeen verhandeld zal worden in de jaarlijkse Algemene Vergadering van Aandeelhouders, welke tegen dat tijdstip overeenkomstig artikel 13 leden 3 en 8 van de statuten is bijeengeroepen.

De voorzitter van de Raad van Commissarissen, de heer **mr. Cornelis Josephus Antonius van Lede**, geboren te Wassenaar op één en twintig november negentien honderd twee en veertig, wonende te (1217 GC) Hilversum, Struisvogellaan 7, gehuwd, hierna te noemen: "**de voorzitter**",

opent de vergadering en heet de aanwezigen van harte welkom, ook de aandeelhouders van Heineken Holding N.V., die als toehoorders aanwezig zijn.

De voorzitter gaat vervolgens over tot het officiële gedeelte van de vergadering. Hij deelt mede dat in de zaal een rookverbod geldt en hij verzoekt om mobiele telefoons uit te schakelen gedurende de vergadering. Zoals gebruikelijk is er een simultaanvertaling Nederlands-Engels van de vergadering, belangstellenden kunnen daarvan gebruik maken middels de aanwezige hoofdtelefoons. Ten behoeve van de aandeelhouders Heineken Holding NV deelt de voorzitter mede dat de vergadering van Heineken Holding NV aanvangt om zestienhonderd uur of zoveel later als de beëindiging van deze vergadering plaatsvindt.

De voorzitter constateert vervolgens:

- I dat de vergadering is bijeengeroepen door middel van advertenties in de Officiële Prijscourant van Euronext Amsterdam, de Telegraaf en het Financieele Dagblad, alle van achtentwintig maart tweeduizend zes en door plaatsing op de website.

- II dat bij de oproeping is vermeld dat de agenda met toelichting, de jaarrekeningen, het jaarverslag met de gegevens als bedoeld in artikel 392 lid 1 Boek 2 BW ter inzage zijn gelegd onder meer ten kantore van de vennootschap. Tevens is in de oproepadvertentie de agenda voor de vergadering opgenomen.
- III dat de aanwezigen hebben overgelegd het ontvangstbewijs van de instelling waar hun aandelen in administratie zijn.
- IV dat alle formaliteiten voor het bijeenroepen van vergaderingen, door de wet of statuten vereist, zijn in acht genomen en mitsdien geldige besluiten kunnen worden genomen over alle aangekondigde onderwerpen.

De voorzitter deelt mede dat de vennootschap dit jaar voor het eerst de mogelijkheid aan aandeelhouders heeft geboden om via internet een elektronische steminstructie te geven. Van de notaris heeft de voorzitter vernomen dat hiervan geen gebruik is gemaakt. Het aantal aanwezige aandeelhouders en het aantal gedeponeerde aandelen zal de voorzitter mededelen zodra de telling gereed is.

De voorzitter deelt mede dat de vergadering wordt bijgewoond door notaris mr. R.H. Meppelink, die een notarieel proces-verbaal van de vergadering zal maken. De voorzitter deelt vervolgens mede dat aandeelhouders een kopie van het proces-verbaal schriftelijk kunnen opvragen bij de vennootschap: Uitsluitend voor gebruik door de notaris wordt een geluidsbandopname van de vergadering gemaakt. De vandaag genomen besluiten worden uiterlijk morgenochtend op de website van de vennootschap geplaatst.

Tevens deelt de voorzitter mede dat de vergadering ook wordt bijgewoond door de accountant van de vennootschap de heer W. van Hulsenbeek van KPMG Accountants in verband met de bespreking van de jaarrekening tweeduizend vijf en door vertegenwoordigers van de pers. De voorzitter heet ook al deze aanwezigen hartelijk welkom.

De voorzitter verzoekt een ieder die tijdens de vergadering het woord wil voeren gebruik te maken van één van de microfoons in de zaal en zijn of haar naam te noemen zodra hij het woord verleend heeft.

Iedere spreker die als vertegenwoordiger van een aandeelhouder het woord voert verzoekt hij bovendien mee te delen welke aandeelhouder hij of zij vertegenwoordigt.

De voorzitter behoudt zich tenslotte het recht voor de spreektijd per spreker te beperken, als het verloop van de vergadering daartoe aanleiding geeft.

Tenslotte deelt de voorzitter mede dat ook dit jaar weer gebruik zal worden gemaakt van stemkastjes.

1. VERSLAG OVER HET BOEKJAAR TWEEDUIZEND VIJF

De **voorzitter** deelt mede dat alvorens hij het jaarverslag in bespreking geeft, hij het woord geeft aan de heer Jean Francois van Boxmeer, voorzitter van de Raad van Bestuur van de vennootschap.

De heer **Van Boxmeer** heet de aandeelhouders ook van harte welkom.

In zijn presentatie, mede aan de hand van lichtbeelden op het projectiescherm, zal hij aandacht besteden aan de jaarcijfers van tweeduizend vijf. Hij zal ze in de context plaatsen van de prestaties van de onderneming over de laatste tien jaar, hij zal een overzicht geven van de belangrijkste strategische activiteiten in tweeduizend vijf en hij

zal afsluiten met de belangrijkste initiatieven die Heineken in tweeduizend zes zal ondernemen.

Allereerst een technische opmerking over de cijfers tweeduizend vijf. De cijfers van Heineken zijn vanaf tweeduizend vijf opgesteld volgens de International Financial Reporting Standard, IFRS in afkorting. Tweeduizend vijf was een goed jaar voor Heineken. De bierverkopen stegen met één acht/tiende procent (1,8%) tot éénhonderdachttien komma zes (118,6) miljoen hectoliter en Heineken realiseerde een stijging voor alle kerncijfers van de resultatenrekening. De groei van de nettowinst vóór de bijzondere posten en afschrijvingen van werken lag met zeven drie/tiende procent (7,3%) aan de bovenkant van de winstvoorspelling aan het begin van het jaar tweeduizend vijf. De opbrengsten stegen met twee twee/tiende procent (2,2%) door de hogere bierafzet en een verbetering van de verkoopmix en hoge verkoopprijzen uiteraard. De hogere opbrengsten samen met kostenbesparingen deden de EBIT, nogmaals vóór bijzondere posten en afschrijvingen van merken, met twee negen/tiende procent (2,9%) stijgen. Daarnaast was de kasstroom opnieuw sterk en de kasconversieratio was met éénhonderdtwintig procent (120%) bijzonder hoog.

Heineken heeft een lange geschiedenis van stijgende opbrengsten. De groei van de opbrengsten in tweeduizend vijf is een voortzetting van de groei die Heineken over de laatste tien jaar heeft bereikt. Door autonome groei en externe groei met acquisities heeft Heineken over de afgelopen tien jaar een gemiddelde groei van tien procent (10%) per jaar weten te realiseren. De gemiddelde winst van Heineken in de afgelopen drie (3) jaar is sterk negatief beïnvloed geweest door valutaschommelingen, met name de daling van de dollar ten opzichte van de euro. Als Heineken haar nettowinst hiervoor zou corrigeren dan lag de gemiddelde jaarlijkse groei van de nettowinst (nogmaals voor bijzondere posten en afschrijvingen van merken) in de afgelopen tien (10) jaar ruim boven de tien procent (10%).

Ook het Heineken-merk groeide verder in het premium segment van de biermarkt en het overschreed in tweeduizend vijf de twintig miljoen (20.000.000) hectoliters. De afzet van Heineken-bier liet in de loop van het jaar een versnelling van de groei zien. Waar Heineken in de eerste helft van tweeduizend vijf een afzetstijging heeft gekend van drie procent (3%), terwijl Heineken in de laatste zes (6) maanden van het jaar zes procent (6%) meer Heineken-bier heeft verkocht. Zelfs in West-Europa waar de biermarkt nog steeds te maken heeft met de gevolgen van de zwakke economie groeide Heineken in tweeduizend vijf met drie vijf/tiende procent (3,5%).

Als aandeelhouders van Heineken weet men ongetwijfeld dat Heineken niet het enige merk van de onderneming is. Heineken heeft natuurlijk het Amstel-merk, maar ook een aanzienlijk aantal merken die slechts in één land worden verkocht. De lokale merken, tezamen met de internationale merken Heineken en Amstel, vormen een sterke merkenportfolio waarmee Heineken streeft naar een nummer één (1) of twee (2) positie in elke lokale markt waar zij opereert. En in een flink aantal markten is dat ook gelukt. Een nummer één (1) of twee (2) positie betekent in het algemeen een behoorlijke winstgevendheid dankzij schaalvoordelen in productie, marketing en distributie. De concurrentie in de biermarkt vindt plaats per land en het draait om goede marketing, een sterk verkoop- en distributieapparaat en als belangrijkste punt

een sterke merkenportfolio met uiteraard de juiste merken. Heineken houdt daarom haar merkenportfolio's en de gevoerde verpakkingsoorten regelmatig tegen het licht. Heineken heeft deze merkenportfolio-optimalisatie inmiddels in de meeste landen van Europa en in Amerika uitgevoerd. Het doel van een merkenportfolio-optimalisatie is de sterkste merken te identificeren want die leveren namelijk het meeste op, en om de marketinginvestering op deze sterkste merken te concentreren. Daarnaast wordt gekeken welke merken en verpakkingen weinig of niets opleveren en in hoeverre er mogelijkheden zijn om nieuwe bieren of verpakkingen te introduceren. De optimalisatie in Europa en Amerika hebben ingrijpende gevolgen gehad. Gemiddeld twaalf procent (12%) van de marketinginvestering is verschoven van niet-strategische naar de sterk strategische merken en Heineken kon het aantal verpakkingen met gemiddeld twintig procent (20%) verminderen in die markten. Dit laatste levert uiteraard flinke besparingen op, terwijl het eerste zal leiden tot een snellere groei van de sterkste en meest winstgevende merken van Heineken.

Heineken neemt actief deel aan de consolidatie die momenteel in de wereldbiermarkt gaande is. In tweeduizend vijf heeft Heineken een sterke positie in de Russische biermarkt opgebouwd. Rusland is in grootte de vijfde biermarkt van de wereld, waarover straks meer.

In het Verre Oosten was Heineken actief via haar joint venture Asian Pacific Breweries. In China verwierf Heineken een minderheidsbelang in de winstgevende brouwerij DaFuHao en werd gestart met de bouw van een brouwerij in Mongolië. Tevens kocht Heineken een meerderheidsbelang in United Breweries Lanka in Sri Lanka. Daarnaast heeft Heineken haar marktaandeel in het zuiden van Duitsland vergroot, dat met zijn hoge bierconsumptie de aantrekkelijkste regio van het land is. In Israël heeft Heineken haar belang in Tempo Beverages, de grootste brouwer van het land vergroot.

Daarnaast sloot Heineken overeenkomsten af voor het importeren en/of produceren van bieren van derden, als onderdeel van het versterken van haar lokale merkenportfolio's. De belangrijkste daarvan was het verwerven van het importeurschap voor de Verenigde Staten voor de merken van de Mexicaanse brouwerij FEMSA. Niet alleen is dit een winstgevende activiteit voor Heineken, maar deze merken geven Heineken ook toegang tot het snel groeiende marktsegment van Amerikaanse bierdrinkers met een Mexicaanse achtergrond.

Sinds tweeduizend twee verwierf Heineken voor vijf miljard euro (EUR 5.000.000.000,00) aan bierbrouwerijen. Over de jaren tweeduizend twee tot en met tweeduizend vijf heeft Heineken natuurlijk niet stilgestaan. Daarmee heeft Heineken een belangrijke rol in de consolidatie van de bierindustrie gespeeld. De belangrijkste vraag die bij iedere potentiële acquisitie speelt is of de nieuwe onderneming genoeg rendement zal opleveren om de investering te rechtvaardigen. De financiële slagkracht van Heineken is het makkelijkste te illustreren aan de hand van de balans per één en dertig december tweeduizend vijf. De netto schuldpositie is twee miljard zeshonderdduizend euro laag of hoog. De verhouding netto schuldpositie ten aanzien van eigen vermogen, de gearing in het Engels, is met zevenenzestig procent (67%) solide te noemen. De rentedekking van veertien keer is uitstekend te noemen. Heineken beschikt dan ook over toegezegde kredietfaciliteiten van twee

miljard euro en met een marktkapitalisatie van vijftien miljard en de lage netto-schuld heeft Heineken ruime mogelijkheden om indien gewenst meer kredieten op te nemen. Dan stelt de heer Van Boxmeer aan de orde de focus voor tweeduizend zes. Hoe gaat Heineken verder. De hoogste prioriteit hebben de volgende punten:

- de verdere versterking van de positie van het Heineken-merk in het premium segment van de biermarkt
- het agressief in de markt zetten van de innovaties
- de introductie van Heineken Premium Light bier in de Verenigde Staten
- de integratie van de acht (8) brouwerijgroepen in Rusland en
- het bereiken van een verlaging van de vaste kosten met tweehonderd miljoen euro nominaal tegen tweeduizend acht.

Het Heineken-merk is verreweg het grootste internationale biermerk in het premiumsegment en heeft een grote voorsprong op de directe concurrenten. Een voorsprong die Heineken verder zal uitbouwen. Hiertoe heeft Heineken in tweeduizend vijf de investeringen in marketing en innovatie met éénhonderd miljoen euro (EUR 100.000.000,00) verhoogd. Marketingcampagnes zijn vernieuwd, sponsoring is uitgebreid, innovatieve verpakkingen zijn op de markt gebracht en in de Verenigde Staten is Heineken Premium Light bier getest en dat is nu op de markt. Heineken zal doorgaan met het krachtig marketen van haar topmerk.

Dan geeft de heer Van Boxmeer een aantal voorbeelden van het agressief in de markt zetten van innovaties.

Heineken is de leider in innovatie in de bierindustrie, wat niet gemakkelijk is voor een traditionele industrie waar meestal gezegd wordt dat die een fundamentele innovatie heeft iedere tweehonderd vijftig (250) jaar. Systemen als David, BeerTender en DraughtKeg heeft Heineken recent op de markt gebracht. Iedereen weet van het succes van BeerTender op de Nederlandse markt en op het scherm ziet men de afbeelding van de BeerTender die nu wereldwijd is gelanceerd waarin Heineken veel wil gaan investeren. Daar zit handel en marge in.

Tweede prioriteit is de nationale introductie van Heineken Premium Light in de Verenigde Staten. De Verenigde Staten zijn een belangrijke markt voor de winstgroei. De verkopen in tweeduizend vijf zijn licht gestegen, maar bleven achter bij de groei van het importsegment, maar hij moet er wel bij zeggen dat in de tweede helft van tweeduizend vijf bij Heineken al een acceleratie te zien is. Er zijn verbeteringen ingevoerd en er zijn vernieuwingen gebracht rond het Heineken-merk. Heineken heeft, zoals eerder genoemd, de Mexicaanse bieren van FEMSA geïntroduceerd. Er is een nieuw en enthousiast management aan het roer van Heineken USA en tenslotte is Heineken Premium Light geïntroduceerd. Light beer heeft in Amerika vijftig procent (50%) van de markt. Light bieren hebben minder calorieën, minder koolhydraten en zijn ook lichter in smaak. Heineken noteert de trends van een ontwikkelend segment van luxe bieren en Heineken Premium Light gaat daar een belangrijke rol in veroveren. Na de positieve resultaten van de testmarkt in tweeduizend vijf heeft Heineken in maart Premium Light in de horeca geïntroduceerd en in april ook in het thuisverbruik segment. De verwachte afzet voor dit jaar is vierhonderdduizend (400.000) hectoliter en daar is een extra marketingbudget mee gemoeid van vijftig miljoen Amerikaanse dollars (US\$ 50.000.000,00) of te wel

tweeënveertig miljoen euro (EUR 42.000.000,00) om deze introductie een succes te maken.

De volgende prioriteit voor tweeduizend zes is zeer zeker Rusland. Heineken heeft in Rusland tot nu één miljard tweehonderd miljoen euro (EUR 1.200.000.000,00) geïnvesteerd. Heineken heeft acht (8) brouwerij-groepen geacquireerd met in totaal tien (10) brouwerijen. Op het scherm is te zien dat het in Rusland over negen (9) tijdzones gaat en dat is een geweldig groot gebied. Heineken heeft tienduizend (10.000) mensen, zesendertig (36) merken en is nummer drie (3) in de markt en dat is een solide platform om verder te groeien.

De integratie is in volle gang. Er is een goed netwerk van brouwerijen, een solide portfolio en alle hens zijn aan dek om daar een groot succes van te maken. Rusland heeft alle attentie van het management in het jaar tweeduizend zes.

Heineken focust altijd op markten met hoge winstgevendheid. Het gaat om het maken van de juiste keuzes. Heineken geeft bijvoorbeeld altijd prioriteit aan de Verenigde Staten en Rusland als voorbeeld boven China. Dat is de illustratie van het op het scherm getoonde plaatje voor wat betreft het realiseren van groei van de opbrengsten. De VS is een volwassen biermarkt, maar ook nog steeds een zeer winstgevende groeiemarkt voor Heineken. Rusland is bijvoorbeeld een groeiende biermarkt, met goede marges, uitstekende kansen voor het Heineken merk met een goede prijs om zich te ontwikkelen. Heineken heeft uiteraard een jarenlange ervaring in China, vandaag de grootste biermarkt van de wereld, maar waarvan de profit pool niet groter is dan die van Spanje, een markt die tien (10) keer zo klein is als China. China is de grootste biermarkt van de wereld, groeit snel, maar met lage verkoopprijzen, een lage winstgevendheid en een moordende concurrentie, dat is was Heineken daar observeert. Het blijft de vraag of het mogelijk is om daar echt een goede business van te kunnen maken.

Het laatste punt van de attentie in tweeduizend zes is zeer zeker een extra kostenbesparingsprogramma. Heineken heeft in februari aangekondigd dat zij een kostenbesparingsprogramma van in totaal tweehonderd miljoen euro (EUR 200.000.000,00) zou realiseren, dat betekent eind tweeduizend acht in vergelijking met eind tweeduizend vijf in nominale termen. Dat betekent ook dat Heineken de inflatie over deze toekomstige periode zal moeten gaan absorberen. Het grootste deel van deze besparingen zal gerealiseerd worden in tweeduizend zeven en tweeduizend acht, wat betekent dat tweeduizend zes een jaar van reorganiseren wordt met de kosten die daarmee gemoeid zijn. Deze besparingen zijn uiteraard ambitieus want Heineken is zeker in West-Europa de meest efficiënte brouwer en behoort qua kostenbeheersing bij de top van de wereld.

De productiekosten per hectoliter bier over de laatste tien (10) jaar zijn in absolute bedragen zelfs gedaald, ondanks de inflatie en andere kostenstijgingen. Het betreft de vaste kosten, een totaal van vier miljard euro (EUR 4.000.000.000,00) en dat is exclusief marketing- en verkoopkosten. Het doel is dan dat Heineken drie miljard achthonderd miljoen euro (EUR 3.800.000.000,00) in tweeduizend acht exclusief koersverschillen en verdere acquisities wil realiseren.

Van deze tweehonderd miljoen euro (EUR 200.000.000,00) besparingen, heeft zij reeds vijfenzeftig miljoen euro (EUR 65.000.000,00) aangekondigd van bestaande

programma's en die zijn voor het grootste deel in Frankrijk, Italië en Spanje en daarnaast betreft het één honderd vijfendertig miljoen euro (EUR 135.000.000,00) nieuwe programma's, algemene kostenverlaging. Heineken heeft een methode ontwikkeld om onze kosten in alle elementen van haar bedrijfsvoering – intern maar ook extern – te benchmarken en daar iedere keer weer de best practice te behalen. Daar is Heineken druk mee bezig. Het is last but not least een wereldwijd programma, dus alle ondernemingen van de Heineken-groep zijn daarmee gemeoid. Tot slot de winstverwachting voor het gehele jaar tweeduizend zes. Voor de volledige tekst hiervan verwijst de heer Van Boxmeer u naar het persbericht van tweeëntwintig februari tweeduizend zes.

Heineken verwacht in tweeduizend zes een verdere autonome groei van de nettowinst, maar deze zal niet boven de 'mid-single digits' uitkomen. De wereldbiermarkt zal blijven groeien en Heineken verwacht dat het premiumsegment ongeveer twee keer zo snel zal groeien. Zoals gezien doet Heineken er alles aan om met het Heineken-merk van de groei van het premiumsegment te profiteren, wat natuurlijk positief is voor de winstontwikkeling van de onderneming. Ook de optimalisatie van de merkenportfolio's en de introducties van innovaties zal een positieve invloed op de winstgroei hebben.

De introductie van Heineken Premium Light in de Verenigde Staten zal vanaf tweeduizend acht een bijdrage leveren aan de winstgroei, maar de investeringen in de introductie van het merk zullen naar verwachting een negatief effect van circa vijfentwintig miljoen euro (EUR 25.000.000,00) hebben op de operating profit in tweeduizend zes.

De genoemde tweehonderd miljoen euro (EUR 200.000.000,00) aan jaarlijkse kostenbesparingen zal grotendeels in tweeduizend zeven en tweeduizend acht gerealiseerd worden.

De gestegen olieprijs zal zijn weerslag hebben op de kosten van energie, transport en verpakkingsmaterialen. Op grond van de huidige marktsituatie valt te verwachten dat slechts een gedeelte van de hogere kosten kan worden doorberekend aan de consument.

De integratiekosten en de rationalisatie van de merkenportfolio zal in tweeduizend zes nog een drukkend effect hebben op de resultaten in Rusland. Heineken blijft positief over de winstverwachting voor de langere termijn, gezien de kracht van de merkenportfolio, de consistente en verhoogde investeringen in innovatie en het Heineken-merk, de sterke distributiestructuur en de focus op verbetering van de efficiëntie.

De heer Van Boxmeer komt hiermede aan het einde van zijn presentatie en hij dankt de aandeelhouders voor hun aandacht. Voordat hij afsluit wil hij nog twee recente commercials laten zien. De eerste commercial heeft betrekking op de introductie van Amstel in Rusland, een land waarin geen mensen in reclame voor alcoholhoudende dranken mogen worden getoond. De tweede commercial is een voorbeeld van hoe Heineken het imago van het Heineken-merk als bier met een lange traditie opbouwt in een nieuwe markt, in dit geval Australië.

De **voorzitter** dankt de heer Van Boxmeer voor zijn presentatie en stelt nu aan de orde de bespreking van het jaarverslag. Het betreft de pagina's vier (4) tot en met

zestig (60) van het jaarverslag. De jaarrekening, het cijfermatige gedeelte, komt bij het volgende agendapunt aan de orde.

De voorzitter geeft het woord aan Spreker 1.

Spreker 1 dankt de voorzitter dat hij haar ook dit jaar wederom de mogelijkheid biedt het woord te voeren in de vergadering als belangenbehartiger van Amerikaanse aandeelhouders in Scottsdale, Arizona en tevens als bestuurder van de Stichting Rechtsbescherming Beleggers en vanzelfsprekend is zij zelf ook Heineken-aandeelhouder. Door de jaren heen heeft zij alle ontwikkelingen bij Heineken met de grootste belangstelling gevolgd. Zo gaat haar persoonlijke dank uit naar de Raad van Bestuur, het hele management, de Raad van Commissarissen en alle medewerkers van Heineken wereldwijd voor het bevredigende resultaat in het verslagjaar en hun inzet om dit te bereiken en zodoende vertrouwt zij verder op een stijgende lijn van het resultaat alsmede de beurskoersen in dit jaar.

De tweehonderd miljoen euro (EUR 200.000.000,00) kostenbesparing die de aandeelhouders in het vooruitzicht is gesteld is uiteraard bijzonder te waarderen. Het doet haar zeer veel genoegen dat niet alleen de winst is gestegen, maar dat ook de verkoop met maar liefst acht procent (8%) is toegenomen. Ook het koersverloop van het Heineken-aandeel is navenant positief en dat is wat de aandeelhouders interesseert. Volgens krantenberichten is de publiciteit in het afgelopen jaar behoorlijk gericht geweest op de activiteiten van Heineken in Rusland die ongetwijfeld de belangstelling van de heer Van Boxmeer voor deze zich sterk expanderende markt als grondslag hebben. Voor het totaal van de door Heineken aangegeven aantal hectoliters in Centraal- en West-Europa geeft Rusland een totaal biervolume van zeven miljoen tweehonderdduizend (7.200.000) hectoliter aan. Tezamen met Polen is de omzet in beide landen alleen al dicht bij de helft van het totaal aangegeven aantal hectoliters, in geheel Oost- en Centraal Europa, wat de belangrijkheid van deze twee landen onderstreept. Zeker is voor een correcte bedrijfsvoering aldaar een zeer alert en betrouwbaar management noodzakelijk om te voorkomen dat in de toekomst problemen gaan ontstaan, zoals nu bijvoorbeeld aan het licht is gekomen bij het beursgenoteerde Ahold-concern. Zij vraagt hoe Heineken deze markten probleemloos in de hand zal kunnen houden om dergelijke calamiteiten te voorkomen. Vooral om redenen dat de heer Van Boxmeer persoonlijk deze landen vaak heeft bezocht en bovendien de taal beheerst. Door zijn nieuwe functie als voorzitter van de Raad van Bestuur kan hij mogelijk niet meer zo effectief reageren. Zij hoort graag het commentaar hieromtrent.

Spreker 1 stelt vervolgens dat de wereldcompetitie voetbal dit jaar in Duitsland wordt gehouden en dit zou uitsluitend gesponsord worden door het Amerikaanse Anheuser Busch tezamen met McDonalds. Dit zou wereldwijd wel eens een enorme impact kunnen hebben en het merk Budweiser een nog grotere bekendheid geven. Wat zijn de gedachten als concurrent van Anheuser Busch in deze aangelegenheid, worden er speciale maatregelen bedacht om het Heineken-merk zijdelings tijdens deze manifestatie voor het voetlicht te brengen vraagt Spreker 1.

Zij stelt vervolgens dat een minder groot succes het zogenaamde Galaxy bierglas lijkt te zijn, hetwelk door Heineken in Nederland op de markt is gebracht. Gemakshalve verwijst zij naar perspublicaties in december verleden jaar en zij verneemt graag of

aan bezwaren van de horecaondernemers tegemoet gekomen kan worden door de uitvoering van deze glazen te wijzigen.

Spreker 1 stelt vervolgens dat na Thirst nu Greenspace het meest recente voorbeeld lijkt te zijn van een nieuwe manier om jongeren te bereiken. Ten opzichte van dit product zijn verleden jaar door Heineken verschillende tests gedaan. Zij vraagt over dit project nog een beknopte toelichting te geven.

Spreker 1 heeft een grote interesse in het bestuderen van het jaarverslag en vooral die facetten die van wezenlijk belang zijn, het wereldwijd omhoog stuwen van het merk Heineken. Als één facet hiervan ziet zij voor de eerste keer op bladzijden zestien (16) en zeventien (17) niet alleen de Raad van Bestuur met naam en toenaam, functie en foto genoemd en getoond, maar ook alle leden van het executive committee. Zo gefascineerd als zij naar deze twee pagina's heeft gekeken, vroeg zij zich als carrièrevrouw wel af of er overwogen is ten minste één vrouwelijke topmanager in dit gezelschap op te nemen. Het is bekend dat andere beursgenoteerde ondernemingen wél hiertoe zijn overgegaan om redenen dat vrouwen vaak een iets andere kijk op de sales promotion hebben dan hun mannelijke collega's. Zij hoort graag wat de plannen hieromtrent zijn voor de toekomst.

Speciale aandacht heeft Spreker 1 gehad voor een uiteenzetting door de heer Van Campen in een interview gezegd dat de oplettendheid voor talentvolle medewerkers gericht dient te zijn op praktisch ingestelde mensen die met gewoon boerenverstand de belangen van Heineken zodanig waarnemen dat resultaatgerichte acties positief uitvallen. De heer Van Campen spreekt over het "groene bloed". Zij verzoekt omtrent dit vraagstuk nog een nadere toelichting.

Spreker 1 geeft vervolgens aan dat zij hier niet zou staan zonder als afsluitend onderwerp "Heineken in de Verenigde Staten van Amerika" als volgt ter sprake te brengen. Wat de Heineken activiteiten in de Verenigde Staten van Amerika betreft, constateerde zij tot haar grote vreugde dat de barkeeper van het tophotel Venetian in Phoenix, Arizona haar vertelde dat vanaf nu daar ook het Heineken Premium Light genoten kan worden. Zij wil Heineken complimenteren met de haars inziens voortreffelijke reclamecampagne in de Verenigde Staten voor Heineken Premium Light. De heer Bolland heeft zich omtrent deze introductie als America-specialist van het Heineken concern buitengewoon verdienstelijk gemaakt. Evenals zijzelf is de Amerikaanse consument zeer gefascineerd door de opzet van de reclamecampagne zoals de illusionist Chris Angel die tijdens een street act op Times Square in New York dermate de aandacht wist te trekken dat passanten alsmede de vele verslaggevers en televisiecamera's dit gebeuren, verbonden aan Heineken Premium Light, nooit zullen vergeten. Gezien het totaalbedrag dat door Heineken aan reclame wordt uitgegeven lijkt haar deze voor de introductie van Heineken Premium Light voor een totaalbedrag van vijftig miljoen dollar (US\$ 50.000.000,00) op zijn plaats. Zij vraagt zich af of deze vijftig miljoen dollar (US\$ 50.000.000,00) dollar voldoende zal zijn voor alle geplande reclameactiviteiten aldaar. Alhoewel Heineken Premium Light niet in Nederland respectievelijk West-Europa op de markt komt, was het haar een zeer welkom gebaar geweest indien Heineken enkele van de Amerikaanse stewardessen had uitgenodigd om de aandeelhouders te verrassen met als geste een van de vierhonderd vijftigduizend (450.000) flesjes Heineken Premium Light die als

proefmonster in de Verenigde Staten van Amerika door deze dames verdeeld worden. Uiteindelijk wordt dit bier in Nederland geproduceerd én geëxporteerd. Zou het niet een mooie geste geweest zijn om dat hier te proeven vraagt Spreker 1. Komend tot het einde van haar betoog heeft zij de hoop die zeker ook bij alle hier aanwezige aandeelhouders leeft, dat Heineken Premium Light in de Verenigde Staten van Amerika in de toekomst dermate geliefd wordt dat de omzet een steeds stijgende lijn mag vertonen, hetwelk voor de aandeelhouders een grote winst per aandeel betekent en meer vermogenswaarde voor allen. Spreker 1 sluit haar betoog af met de wens en de verwachting die leeft in de gedachten van alle mensen die verbonden zijn aan het Heineken-concern, evenals bij de aandeelhouders, als volgt te verwoorden: “until now a bar was never the place to start something smooth. With Heineken Premium Light it will happen in the USA”.

Spreker 1 dankt tenslotte alle aanwezigen die met veel interesse en aandacht hebben geluisterd naar de door haar ter sprake gebrachte onderwerpen.

De **voorzitter** dankt Spreker 1 voor haar vele vragen en geeft de Raad van Bestuur de mogelijkheid om de vragen te beantwoorden.

De heer **Van Boxmeer** bedankt Spreker 1 voor haar complimenten met name ook voor de lancering en introductie van Heineken Premium Light in de Verenigde Staten. Hij begint met haar laatste vraag en kan alle aanwezigen meedelen dat na afloop van de vergadering Heineken Premium Light in de bar wordt geschonken, maar helaas zijn de hostessen uit de Verenigde Staten van Amerika niet komen overvliegen. Dat kan er niet af, maar Heineken Premium Light krijgen de aanwezigen zeer zeker te drinken.

Hij denkt dat de heer Bolland ook heel tevreden zal zijn over de complimenten die Spreker 1 heeft gegeven heeft aan het team dat Heineken Premium Light op de markt heeft gebracht.

Op de vraag of vijftig miljoen dollar (US\$ 50.000.000,00) introductiekosten voldoende zijn, antwoordt de heer Van Boxmeer dat het tot zover voldoende is.

De heer Van Boxmeer gaat dan over naar de eerste vraag over Rusland. Verleden jaar zeven miljoen (7.000.000) hectoliter, dit jaar hoogst waarschijnlijk twaalf miljoen (12.000.000) hectoliter en hoe houdt Heineken een land als Rusland in de hand en of de heer Van Boxmeer dat persoonlijk nog doet nu hij voorzitter is en niet meer direct verantwoordelijk voor Rusland is. Hij deelt mede dat Heineken een President Central and Eastern Europe heeft, te weten Nico Nusmeier die dat nu in de hand houdt. Hoe houdt Heineken dat in de hand. Heineken is begonnen in tweeduizend twee met haar eerste operatie. Heineken heeft er eerst de mensen naar toe gestuurd en in de eerste twee jaar heeft Heineken met één brouwerij ervaringen opgedaan hoe je moet opereren in Rusland. Het is dus een leerproces en niet alleen voor de mensen die Heineken vanuit het Heineken concern náar Rusland zendt, maar ook het verwerven van Russisch talent ter plekke. Er moet een basis zijn om te starten en dit kan gebruikt worden om verder te acquireren en Heineken voelt zich comfortabel met de mensen die zij in Rusland heeft om verder haar bedrijf uit te bouwen.

Terzake de tweede vraag over Anheuser Busch stelt de heer Van Boxmeer dat Anheuser Busch natuurlijk een concurrent is. Het is nog steeds 's werelds grootste merk en in sommige werelddelen heeft Heineken ook samenwerkingsverbanden met

Anheuser Busch, bijvoorbeeld in Italië en ook heeft Heineken aangekondigd dat in Rusland te gaan doen. Het is niet uitgesloten dat Heineken ook op andere plekken in de wereld Anheuser Busch onder licentie zal produceren dan wel vermarkten. Het blijft natuurlijk wel zo dat Heineken en Anheuser Busch wereldwijd concurrenten blijven. Dus de samenwerkingsverbanden blijven beperkt tot de markten waar het Anheuser Busch en Heineken samen goed uitkomt om samen te werken.

Terzake de vraag over het Galaxy-bierglas antwoordt de heer Van Boxmeer dat als men iets nieuws doet het natuurlijk te verwachten is dat er ook mensen zijn die het niet leuk vinden, maar tot heden is volgens hem het grootste deel van de klanten tevreden over het werken met het Galaxy-glas. Dat is hem verteld en hij heeft geen reden om daar anders over te denken, dus tot zover is het een mooi succes in Nederland en er zullen altijd klachten blijven, maar niemand is verplicht om met een Galaxy-glas te werken. De vrijheid om met een ander glas te werken bestaat voor een horecaondernemer uiteraard altijd.

Voor de beantwoording van de vraag over Thirst en Greenspace geeft de heer Van Boxmeer het woord aan de heer Marc Bolland, lid van de Raad van Bestuur.

De heer **Bolland** antwoordt dat Thirst het muziekprogramma is dat men kan aantreffen in meer dan vijftieng (25) landen wereldwijd, dat specifiek gericht is op de jongvolwassen doelgroep. Heineken heeft dat nu voor het derde jaar achtereenvolgens uitgerold. Echter je wil dat elke keer vernieuwen qua concept, vandaar dat Heineken vorig jaar in Valencia een programma heeft gedraaid, dat Greenspace heet en waarin Heineken ook andere elementen dan alleen muziek, zoals architectuur, stijl, design en kleinkunst heeft geïntroduceerd bij een jonger publiek, een jongvolwassen publiek in Valencia. Hierbij bleek dat de mensen zeer geïnteresseerd waren in een breder programma dan alleen maar een muziekprogramma. Wat gaat Heineken daarmee doen? Het betekent dat Heineken elementen uit dat Greenspace-programma in Thirst gaat brengen om het programma te verrijken en te vernieuwen om het ook in het vierde jaar fris en aantrekkelijk te houden voor de doelgroep.

De heer **Van Boxmeer** gaat over naar de volgende vraag van Spreker 1 over de leuke jongens op pagina's zeventien (17) en achttien (18) van het jaarverslag en het feit dat daar geen leuke meisjes bij staan. Hij stelt dat je ze dan ook wel moet hebben en dat is "as simple as that". Hij denkt dat je geen beleid kunt hebben om geforceerd iemand in een Executive Committee neer te zetten die een vrouw is en die daar niet de competenties of de carrière voor zou hebben opgebouwd, maar het is helemaal niet zo dat men als vrouw geen carrière kan maken bij Heineken. Hij wil alleen maar onderlijnen dat hij boven zich al twee dames heeft en Heineken heeft ook twee general managers van brouwerijen die dames zijn. De managing director in Kroatië is een dame en de managing director van de Rwanda is een dame. Dus wie weet, zal het ervan komen en dat hoopt hij ook.

Terzake de laatste opmerking over het groene bloed antwoordt de heer Van Boxmeer dat niemand groen bloed heeft. Iedereen heeft natuurlijk rood bloed, maar het gaat om de spirit die de Heineken medewerkers met hun allen hebben in de onderneming om het Heineken-merk gewoon prominent in de wereld neer te zetten. Dat is wat intern af en toe het groene bloed wordt genoemd, het enthousiasme en de passie die

alle Heineken medewerkers met z'n allen delen in de wereld om Heineken nog steeds het mooiste biermerk in de wereld te maken. Dat is wat daarmee wordt bedoeld. Men wordt er niet mee geboren, maar men krijgt het wel op den duur.

De **voorzitter** geeft vervolgens het woord aan Spreker 2 van de Vereniging van Effecten Bezitters (VEB).

Spreker 2 stelt dat hij als eerste een soort oude koe uit de sloot wil halen en wil daarom even gaan praten over de eigendomsverhoudingen binnen Heineken N.V. en Heineken Holding N.V. Hij refereert daarbij aan het feit dat een kwart van het bedrijf als totaal eigendom is van de familie Heineken, maar dat zij via een creatieve truc toch meer dan de meerderheid van de stemmen bezitten. Zijn vraag is: in hoeverre heeft deze constructie een belemmerend effect op het uitvoeren van strategieën en het realiseren van de doelstellingen van Heineken N.V. Hij kan zich voorstellen dat als er volgende week de mogelijkheid is om vijf miljard euro (EUR 5.000.000.000,00) op de bankrekening bijgeschreven te krijgen als firma, niet persoonlijk, dat Heineken dan misschien leuke ideeën zou hebben om dat goed te investeren en dat er als zodanig een extra rendement aan de aandeelhouders kan komen. Zijn specifieke vraag is: in hoeverre wordt Heineken N.V. nu belemmerd, gehandboeid door de eigendomsverhoudingen in het uitvoeren van haar strategie.

Alvorens de **voorzitter** het woord geeft aan de heer Van Boxmeer is hij blij dat Spreker 2 in zijn inleiding spreekt over oude koeien uit de sloot halen, want dat is het ondertussen wel, maar hij heeft wel bezwaar tegen het woord "truc". Het is geen truc, het is een perfect legale constructie die ook als zodanig in rechte overeind is gebleven.

De heer **Van Boxmeer** stelt dat de vraag is of de structuur belemmerend is en of Heineken morgen een gepaste acquisitie van vijf miljard euro (EUR 5.000.000.000,00) zou kunnen doen. Het antwoord op vraag één: neen, het is niet belemmerend. Op vraag twee, of Heineken morgen een acquisitie van vijf miljard euro (EUR 5.000.000.000,00) kan doen, is het antwoord: ja. Hij stelt dat hij in zijn presentatie heeft uitgelegd dat Heineken altijd kijkt naar het rendement van een acquisitie en Heineken heeft een traditie: "Wij zijn merkenbouwers en wij zijn markt-bouwers". Heineken is niet zozeer in de business van de bankers om heel grote bestaande bedrijven bij elkaar te brengen en risicospreiding te doen. Dat kan een belegger zelf doen. Heineken is ervoor om in markten te opereren, om altijd te kijken of het haalbaar is om een nummer één of nummer twee positie in een bepaalde markt overtijd te kunnen bouwen op eigen kracht en daar ook het Heineken-merk tegen een premumprijs en een mooi marktaandeel te kunnen verkopen. Dat is wat Heineken al decennia lang leidt in haar strategieën. Die strategie gaat Heineken niet veranderen. Heineken is inmiddels een groot bedrijf geworden, dus de balance sheet is wat groter geworden dan wat het tien (10) jaar geleden was en dat betekent dat Heineken vandaag de dag ook grotere acquisities zou kunnen plegen. Maar nogmaals, bij iedere acquisitie kijkt Heineken naar het risicoprofiel, wat het kan opleveren. Tot nu toe heeft hij na vijf (5) jaar in de Raad van Bestuur te hebben gezeten nog nooit meegemaakt dat de eigendomsstructuur belemmerend is geweest voor de uitbreiding van het Heineken concern.

Spreker 2 stelt vervolgens dat hij niet noodzakelijkerwijs refereert aan het feit dat

Heineken morgen of over een maand of over een halfjaar een overname doet van vijf miljard euro (EUR 5.000.000.000,00), maar hij kan zich voorstellen en dat wordt eigenlijk bevestigd als hij het jaarverslag leest en de persartikelen, dat er misschien wat meer mogelijkheden liggen in de wereld dan alleen in Rusland en dat - áls Heineken wat meer de ruimte zou hebben op financieel gebied om haar eigen vermogen en haar cashvoorraad wat toe te laten nemen - Heineken misschien wat meer in China had kunnen doen of in Zuid-Amerika of op andere terreinen. Hij leest het toch ook wel in het jaarverslag, waar duidelijk staat vermeld als een van de strategieën en doelstellingen: Heineken moet prioriteiten stellen want het kapitaal is niet onbeperkt, dat is voor geen enkel bedrijf, maar zeker voor Heineken niet. Dus een beetje uit nood geboren kiest Heineken dan maar voor de allergrootste krent uit de pap, de leukste dingen, maar misschien is een categorie daaronder zéér aantrekkelijk en zou het voor de aandeelhouders een stuk extra rendement kunnen opleveren. Hij vindt het dus niet noodzakelijkerwijs één grote overname, maar misschien tien (10) kleinere zeer aantrekkelijk.

De heer **Van Boxmeer** antwoordt maar één ding te kunnen zeggen: Heineken voelt zich daar niet in belemmerd. Heineken haalt natuurlijk de krenten uit de pap, dat is wat Heineken probeert, dat is wat iedereen probeert. Heineken gaat geen zaken kopen waarvan de uitkijk op de toekomst niet goed is, alleen maar om volume te creëren. Dat gaat Heineken zeker morgen niet doen. In het jaarverslag wordt zeker niet gesuggereerd dat Heineken enigszins belemmerd zou worden. Heineken geeft aan waar de prioriteiten zijn. In dit verband heeft Rusland prioriteit boven China gekregen omdat, en het is ook een kwestie van timing, de markt in Rusland zich sneller heeft geconsolideerd dan dat de markt in China aan het consolideren is. Men wordt niet alleen door geld belemmerd, maar ook door de eigen human resources. Als men dan naar deze twee markten kijkt, zegt men ook: verdomd, Rusland is aantrekkelijker want de prijzen in Rusland liggen twee en een half keer zo hoog als in China en de potentie om Heineken in het premiumsegment te verkopen is ook veel hoger, dus leg je je prioriteit meer op Rusland dan op China. Heineken is al tien (10) jaar in China bezig en het is gebleken dat het moeilijk is om geld te verdienen in China en er zijn ook weinig mensen die in China hebben bewezen dat alleen door bij te kopen, bij te kopen en bij te kopen, dat je zo'n hoog rendement maakt voor je aandeelhouders. Dit zijn twee (2) illustraties hoe Heineken erover denkt en hoe keuzes tot stand komen. Keuzes worden niet geboren uit het feit dat de eigendomsstructuur een belemmering is, keuzes zijn geboren over wat je kunt doen en wat rendement oplevert voor het bedrijf en aandeelhouders.

Spreker 2 wil het nogmaals hebben over die oude koe. Het zal volgend jaar weer gebeuren totdat er misschien een andere structuur zal zijn. Hij vraagt of de Raad van Bestuur bang is als Heineken N.V. en Heineken Holding N.V. gecombineerd worden. De andere aandeelhouders zouden misschien de bedrijven onrecht aandoen, vreemd gaan stemmen en het bedrijf te gronde richten. Zijn vraag is: waarom niet iedereen een gelijk stemrecht en waarvoor is men bang.

De **voorzitter** antwoordt het niet te kunnen volgen, maar misschien is hij de enige in de zaal. Hij stelt dat niemand bang is. Heineken heeft niet uit angst gehandeld. De heer Van Boxmeer heeft het juist heel helder aangegeven, ook in zijn presentatie al.

Heineken heeft een compounded groeivoet van tien procent (10%) per jaar per aandeel over een periode van tien (10) jaar, heeft vijf miljard euro (EUR 5.000.000.000,00) aan acquisities gedaan en heeft het gedaan met grote wijsheid zodat de balans ook nog steeds sterk is. Zouden er weer mogelijkheden komen, dan zal Heineken ermee doorgaan. Er wordt hier niet uit angst geregeerd of geredeneerd, er wordt hier zeer rustig naar de markt gekeken en naar de opties.

Spreker 2 stelt dat dit geen antwoord is op zijn vraag. Er is wellicht een misverstand. Hij doelt niet op de overnames, zoals net besproken, met een duidelijke uitleg. Hij begrijpt van de Raad van Bestuur dat men niet zit te wachten op enorm meer extra eigen vermogen om acquisities te doen, Heineken redt het prima zoals het nu is. Dat begrijpt hij, dat is een heel duidelijk antwoord. Hij komt alleen terug op het principe van het feit dat de eigenaar die een kwart van het bedrijf bezit, de meerderheid van het stemrecht heeft. In het verleden is gezegd, dat is historisch en Heineken heeft er geen probleem mee, het gaat allemaal prima zo. Zijn vraag is eigenlijk van een andere kant: waar is Heineken zo bang voor. Bang dat de andere aandeelhouders die vijfenzeventig procent (75%) van de onderneming bezitten, rare dingen met Heineken gaan doen. Vreemd gaan stemmen. Dat daar geen controle meer op is. Vanwaar de angst of is het iets anders, vraagt Spreker 2.

De **voorzitter** stelt dat Spreker 2 het heeft over oude koeien, hij noemt het een oude sok uit de sloot halen.

Er zijn drie elementen die geleid hebben tot de oprichting van de Holding indertijd. Dat was in de tijd dat alle aanwezigen nog in de wieg lagen of net daaruit waren en dat was om de stabiliteit, de onafhankelijkheid en de continuïteit van de onderneming te bevorderen. Wanneer hij terugkijkt naar dat tijdstip in negenhonderd tweeënvijftig, dan is dat toch voortreffelijk gelukt. Er zijn vele bedrijven verdwenen, vele biermerken bestaan niet meer of zijn in de veilige handen van Heineken gekomen. Hij denkt dat terugkijkend alleen maar tot de conclusie kan worden gekomen, dat de structuur die gekozen is, inderdaad het lange termijn belang van de Heineken onderneming heeft gediend. Het is dus geen angst, helemaal niet, het is een zeer weloverwogen structuur waarbij allen en ook de aandeelhouders, de vruchten van plukken. De voorzitter wil het hierbij laten, want hij vreest dat dit een agreement to disagree blijft en hij bereidt zich reeds voor op de vraag volgend jaar.

De voorzitter geeft vervolgens het woord aan Spreker 3 uit Amsterdam.

Spreker 3 vraagt waarom op de agenda geen rondvraag staat. Is dat een slip of the pen of is dat expres gedaan, vraagt hij.

De **voorzitter** antwoordt dat er nooit een rondvraag is geweest in deze vergadering.

Spreker 3 heeft nog een andere vraag. In Turijn is het Heineken Holland Huis geweest. Wat heeft dat gekost en wat zijn de meetbare resultaten, vraagt hij. Want Heineken Holland is in de Nederlandse kranten groot geschreven, wat heeft de buitenlandse pers daarmee gedaan en wat is het effect op de lange termijn. Is dat eventueel meetbaar in Italië en aanverwante landen, vraagt hij.

Spreker 3 stelt vervolgens dat Heineken een contract heeft getekend voor de Olympische Spelen in Beijing. Hij vraagt hoe Heineken dat gaat aanpakken.

De heer **Van Boxmeer** antwoordt dat Heineken dit al doet sinds de Olympische spelen van Barcelona. Het hoort erbij. Hij denkt dat het van Heineken verwacht wordt

en het is iets wat altijd een razend succes heeft. Het is populair. Op de vraag of het meer bedoeld is voor de Italianen in Turijn of meer voor de Nederlanders antwoordt hij dat het meer bedoeld is voor de Nederlanders, maar de Italianen kwamen er altijd kijken, want ze vinden het geweldig en fantastisch. Het hoort in het sponsoring beleid en marketing beleid, maar dan geprojecteerd buiten Nederland. Het gaat met het Nederlands Olympisch team mee en net zoals Heineken Hollands trots is, mag Nederland zich ook verheugen op zoveel medailles voor zo'n klein land. Dat is altijd een fantastische verdeling, dus Heineken gaat er gewoon mee door omdat het een absoluut mooi succes is voor de mensen die ernaar toe gaan, maar ook omdat de pers kan vertellen hoe Heineken dan de atleten kan ontvangen ter plekke en bijna iedereen is er tevreden over.

Spreker 3 antwoordt dat dat zijn vraag niet is, hij stelt dat Heineken wil groeien in de wereldmarkt. Heineken gaat niet het Heineken Holland Huis opbouwen wat pakweg vijf miljoen euro (EUR 5.000.000,00) kost. Die prijs gelooft Heineken wel. Dat is natuurlijk om de buitenlandse pers erop te laten inzoomen: jongens, Heineken is er, wij moeten ook Heineken gaan drinken. Heineken heeft er volgens hem ook een andere doelstelling mee, om mondiaal het Heineken-merk aan het licht te brengen. De Olympische Spelen zijn nu eenmaal een mondiaal evenement. Zijn of worden daar metingen op verricht hoe het verder is, vraagt hij.

De heer **Van Boxmeer** antwoordt dat het uiteraard mee werkt aan het imago van het merk, gisteren in Turijn, morgen in Beijing.

De kosten liggen zeker niet in de orde van grootte van die Spreker 3 heeft gezegd.

Spreker 3 vraagt hoeveel procent hij er dan boven zit.

De heer **Van Boxmeer** antwoordt dat het bedrag aanzienlijk lager is dan vijf miljoen euro (EUR 5.000.000,00).

Spreker 3 dankt tenslotte de Raad van Bestuur en het voltallige personeel voor de goede resultaten van het jaar tweeduizend vijf.

Dan geeft de **voorzitter** het woord aan **Spreker 4** namens Pensioenfonds PGGM, terwijl hij vandaag mede spreekt namens het ABP, Robeco, de pensioenfondsen van de Spoorwegen en het Openbaar Vervoer. Hij stelt dat de voorzitter van de Raad van Bestuur zojuist sprak van Hollands trots. Wat de door hem vertegenwoordigde aandeelhouders ook als Hollands trots zien is de Code Tabaksblad. Daar wil hij graag op terugkomen, ook al is dit onderwerp vandaag niet geagendeerd. De door hem vertegenwoordigde aandeelhouders hebben al verschillende malen aangegeven dat zij grote waarde hechten aan deze Code en zij vinden dan ook dat het een vast onderdeel zou moeten zijn van de agenda, de bespreking in de aandeelhoudersvergadering. Het zou een prominente plaats moeten hebben naar hun mening, in het jaarverslag. Vorig jaar hebben zij reeds de nodige bezwaren geuit over de corporate governance structuur van Heineken en die zijn wat hen betreft nog onverkort van kracht. De afwijkingen van de Code zijn vorig jaar weliswaar besproken in de aandeelhoudersvergadering en daar is ook over gestemd. De door hem vertegenwoordigde aandeelhouders blijven van mening dat de redenen die Heineken heeft gegeven voor de afwijkingen, wat hun betreft erg summier zijn en op sommige plekken zelfs niet valide. De reden waarom zij vorig jaar tegen de afwijkingen van de Code hebben gestemd. Veel van de afwijkingen van de Code maar naar hun mening

ook het dividendbeleid wordt toegeschreven aan de corporate governance structuur, de vennootschapsstructuur van Heineken N.V. en Heineken Holding N.V. Zij roepen daarom op bij deze de vennootschapsstructuur toch nog eens een keer grondig tegen het licht te houden en alsnog te herzien zodat er daadwerkelijk een evenredigheid komt tussen de zeggenschap van de onderneming en de kapitaalbreng die eraan ten grondslag ligt. De door hem vertegenwoordigde aandeelhouders roepen Heineken nogmaals op om de Code Tabaksblad nog eens een keer goed te bekijken en de ontwikkelingen die hebben plaatsgevonden bij andere AEX-fondsen goed terug te koppelen naar Heineken. Zij zien dat er veel AEX-fondsen goede vorderingen hebben gemaakt. Het zou Heineken sieren om op een aantal punten daar gewoon gehoor aan te geven. Dus zijn vraag is een toezegging om in ieder geval op beide punten, dus de vennootschapsstructuur en de Code Tabaksblad nog eens een keer nauwkeurig tegen het licht te houden en naar de aandeelhouders terug te koppelen.

De **voorzitter** antwoordt dat vorig jaar inderdaad gekeken is naar de corporate governance en Heineken is een van de ondernemingen die daarover gestemd heeft. Wat dat betreft is er duidelijkheid. De aandeelhouders die gestemd hebben waren van mening dat de toelichting niet zo summier was, althans als Spreker 4 dat dacht, maar konden zich vinden in de motivatie die voortvloeide uit de zeer speciale vennootschapsstructuur en zijn ermee akkoord gegaan. Heineken heeft in het jaarverslag vermeld dat er geen wijzigingen zijn opgetreden ten opzichte van vorig jaar, derhalve vond Heineken het niet echt zinvol om deze vergadering te belasten met een hernieuwde discussie over hetzelfde onderwerp waarover gestemd is en waarmee de vergadering akkoord was. Dat voor wat betreft het eerste punt. Het tweede punt is het verzoek de vennootschappelijke structuur tegen het licht te houden. Iedere onderneming kijkt daar natuurlijk regelmatig naar. De voorzitter moet Spreker 4 wel de illusie ontnemen, dat Heineken plannen zou hebben om de structuur te veranderen. Maar in de dynamiek der dagen kijkt iedereen natuurlijk naar zichzelf, maar er zijn geen plannen. De Code bekijkt Heineken erg goed, dat doet Heineken steeds. Mochten er nieuwe aanbevelingen komen dan zal Heineken naar die aanbevelingen kijken. Leiden die tot wijziging in haar opstelling dan zal Heineken de aandeelhouders daarvan op de hoogte stellen en voor zover Heineken daarvan af zou wijken, dan zal Heineken die ook weer aan een stemming onderhevig laten zijn. De laatste opmerking van de voorzitter is dat hij hoopt dat de meeste ondernemingen de Code Tabaksblad weer even achter de rug kunnen hebben. Het heeft een onwaarschijnlijke hoeveelheid energie gekost de afgelopen twee (2) jaren. Dat was terecht in vennootschapsland in Nederland in zijn ogen. Er waren slordigheden opgetreden. Echter die kan hij bij deze onderneming absoluut niet constateren. Hij sluit af met de stelling: back to business en iets minder van de Code.

De voorzitter geeft dan het woord aan Spreker 5, die vertegenwoordiger is van de Vereniging van Beleggers voor Duurzame Ontwikkeling (VBDO).

Spreker 5 heeft een drietal vragen, maar allereerst wil hij een aantal positieve opmerkingen maken over het duurzaamheidsverslag, het sustainability report van Heineken. Dat is deze keer vóór de aandeelhoudersvergadering gepubliceerd. Dat was een nadrukkelijke wens van zijn vereniging en daar is Heineken aan tegemoet gekomen, waarvoor zijn dank uiteraard. Een tweede belangrijke wens van zijn

vereniging heeft Heineken ook in vervulling doen gaan en dat is dat Heineken het verslag nu jaarlijks wil gaan uitbrengen. Daarmee is Heineken ook in lijn met de anderen op dit gebied. Het verslag is ook uitgebreid, het is van goede kwaliteit, dat heeft hij ook al eerder geconstateerd en hij hoopt dat Heineken daarmee ook door zal gaan. Opmerkelijk en ook voor zijn vereniging interessant zijn de initiatieven die Heineken wil gaan nemen rondom de base of the pyramid, rondom suppliers en rondom het bijdragen aan de millennium development goals, alhoewel hij begreep dat Heineken nog niet zo goed weet wat zij eigenlijk moet doen met de base of the pyramid, want aan wat voor producten en wat voor bedrijfsactiviteiten moet men dan denken? Hij wacht dat overigens wel in spanning af. Zijn vragen gaan speciaal over de doelstellingen van Heineken. Hij gaat er van uit dat de aanbevelingen die KPMG heeft gegeven in het insurance report, dat Heineken daar ook mee aan de slag gaat, zodat hij daar nu niet naar hoeft te verwijzen. Wat betreft de doelstellingen, het zijn drie punten. Het gaat natuurlijk om de doelstellingen die Heineken niet gehaald heeft. Dat Heineken een aantal doelstellingen wél gehaald heeft, is natuurlijk uitstekend, maar er zijn er een paar bij die zij niet gehaald heeft. Heineken heeft het ook al over besparingen gehad en Heineken noemde ook de kosten die gemoeid zijn met de energie, met transport en anderzijds constateert Heineken zelf ook dat er nog steeds considerable efforts nodig zijn om de energiedoelstelling die Heineken voor tweeduizend zes gesteld heeft, om die te halen. Hij vraagt wat die considerable efforts dan zullen zijn.

Het tweede betreft de suppliers. Heineken heeft een Heineken-supplycode. Dat is natuurlijk heel mooi. Die zal geïmplementeerd worden bij de leveranciers. De vraag is dan: wat zijn precies de doelstellingen ten aanzien van die leveranciers als het om duurzaamheid gaat. Op welk jaar wil Heineken hoever zijn met het implementeren van die duurzaamheidsrichtlijnen bij de suppliers, vraagt Spreker 5.

Tot slot de doelstellingen die ook niet gehaald zijn, die betreffen de accident frequency en security. Heineken wijst in haar inleiding bij het sustainability report terecht op het aantal dodelijke ongevallen, ook bij contractors of bij Heineken. De doelstellingen voor tweeduizend zes zijn voor beide verschoven naar tweeduizend acht, want Heineken constateert al dat zij deze doelstellingen niet haalt in tweeduizend zes. Hij vraagt waarom Heineken denkt deze doelstellingen in tweeduizend acht wel te halen terwijl deze in tweeduizend zes niet gehaald zijn. Tenslotte nog een korte vraag: de kostenbesparing waaraan Heineken heeft gerefereerd. Hij zou ook graag willen weten of dat invloed gaat hebben op het aantal medewerkers. Hij neemt aan van niet, want hij hoort daar niets over, maar dat zou hij graag willen vernemen.

De **voorzitter** dankt Spreker 5 voor zijn complimenten over het rapport. De heer Ruys zei het vorig jaar al, het is een learning process. Men probeert ieder jaar het toch een stapje verder te brengen. Dat in zijn algemeenheid. Heineken gaat er dus mee door en de aandeelhouders krijgen het ieder jaar.

De heer **Van Boxmeer** neemt de beantwoording over de specifieke vragen naar energiedoelstellingen voor zijn rekening: Heineken heeft natuurlijk ook veel brouwerijen geacquireerd. De meeste brouwerijen die Heineken heeft geacquireerd in de emerging markets zijn qua energieverbruik specifiek gezien, niet altijd even goed.

Dus die moet Heineken verbeteren en daar is tijd voor nodig. Daar moet Heineken investeringen voor plegen en voordat dat gehaald wordt, ben je gauw twee jaar verder. Dat is een technische uitleg omdat je toch een investeringsbeleid daartegenover moet zetten, maar men begrijpt ook dat met de stijgende energiekosten er meer dan ooit, een hoge incentive ligt op Heineken om dit te realiseren.

Heineken heeft een Supply Code ingevoerd en dat is in de orde van de tijd om zoiets te doen. Heineken heeft overlegd met haar suppliers over wat precies buiten de algemene doelstellingen valt, dat men geen child labour mag gebruiken en dergelijke dingen, die staan daar natuurlijk standaard in, maar het is een evolutieproces om samen met de suppliers te kijken waar je het toe kan leiden.

De duurzaamheid die Heineken toepast voor haar industriële procesvoering: het is natuurlijk heel moeilijk om te gaan kijken binnen iedere supplier hoe zijn industriële procesvoering precies in elkaar zit en daar als klant een say in te hebben, maar het zijn zeker dingen die aan de orde komen met suppliers waar Heineken een regulier verband mee heeft en die bijna vaste suppliers zijn.

De accident frequency heeft ook weer te maken met het feit dat Heineken zich uitbreidt in emerging markets. De veiligheidscondities in deze nieuwe operaties liggen meestal lager dan Heineken normaal handhaaft. Dat is één, dus iedere keer moet er een stukje meer investering, maar voornamelijk opleiding gepleegd worden en ook bewustwording. Hij gaat vaak naar brouwerijen en loopt rond in nieuw geacquireerde brouwerijen in Kabarovsk of in Jekaterinenburg, daar worden inderdaad veiligheidsbrillen gegeven en oordoppen maar dan moeten de mensen het ook nog gebruiken. Dat heeft te maken met discipline, met het feit dat de werknemers die in een bepaalde omgeving werken zich ook goed realiseren waarom Heineken dat doet en dat dat ook voor hen goed is. Dat is een leerproces, dat gaat niet van een dag op de andere dag om dat echt goed te hebben. Daarbuiten betreurt Heineken nog steeds een hogere graad van accidents in Afrika, dat blijft een beetje het zwaktepunt, daarin wordt veel geïnvesteerd, dat heeft met name nogmaals met opleiding te maken, daar blijft Heineken in investeren en Heineken heeft dan ook gezien dat zij die doelstellingen omdat zij ze nu niet kan halen, een beetje voor haar uit moet schuiven. Dat betekent niet dat Heineken er minder moeite voor zal doen.

Het laatste punt heeft volgens de heer Van Boxmeer niets met het duurzaamheidsverslag te maken. Spreker 5 had het over het kostenbesparingsprogramma dat is aangekondigd in februari en of dat consequenties zal hebben op werknemers. Het antwoord is uiteraard ja, dat is nu eenmaal zo. Wat Heineken wel doet is wanneer zij reorganisaties doorvoert waarbij gedwongen ontslagen vallen, waar dan ook ter wereld, de werknemers die moeten vertrekken een regeling aanbiedt die meestal en vrijwel altijd boven de normale wettelijke bepalingen gaan. Dit gebeurt in iedere markt waar Heineken opereert en Heineken zal dat altijd op een fatsoenlijke en nette manier blijven doen. Afscheid nemen van mensen is geen leuke bezigheid. Dat zou Heineken liever niet doen, maar in sommige gevallen is Heineken wel genoodzaakt om dat te doen en dan pakt Heineken het zo aan. De **voorzitter** geeft tenslotte het woord aan Spreker 6 die hier is namens enkele ex-personeelsleden van Heineken.

Spreker 6 hoorde de heer Van Boxmeer net zeggen: Heineken gaat goed met zijn personeel om. Hij en zijn ex-collega's zijn het levende bewijs dat dat niet zo is. Dit jaar zijn zij uitbesteed door Heineken, onterecht, want de rechter heeft er laatst een beslissing over genomen. Nu blijkt dat waarschijnlijk hun nieuwe baas in hoger beroep moet gaan van Heineken en deze mensen staan te werken onder het bijstandsniveau. Het groene bloed bij Heineken is langzaam aan het wegvloeien en er heerst binnen Heineken grote sociale onrust. Hij wil de aanwezigen dat toch even meegeven maar hoeft geen antwoord te ontvangen.

De heer **Van Boxmeer** antwoordt dat hij accepteert wat Spreker 6 zegt. Hij heeft alle begrip voor zijn situatie. Hij denkt dat het hier niet de plaats is om uit te leggen wat er allemaal gebeurd is met de uitbesteding van de cateringactiviteiten in Nederland, wat voor sociaal begeleidingsplan daaraan gewijd is geweest en de houding, althans van een aantal medewerkers in dat dossier. Dat is hun eigen keuze geweest, maar hij staat uiteraard na deze vergadering helemaal paraat om Spreker 6 te ontmoeten en om met een Heineken Premium Light erover te praten. Hij gaat zich zeker niet verbergen. Reorganisaties hebben te maken met omzet die terugloopt of technologische ontwikkelingen.

Spreker 6 weet als geen ander dat er nog geen tien (10) tot vijftien (15) jaar geleden vijftien (15) à twintig (20) man aan de bottlelijn stonden, je er nu nog maar vijf (5) of zes (6) nodig hebt. Dat is een evolutie van de technologie. Denk maar aan computers, grotere vrachtauto's, grote liftrucks. Het is een trend die je niet tegen kunt gaan en dus reorganisatie behoort altijd bij de bedrijfsvoering. Dan komt hij toch terug bij zijn eerdere punt waar Heineken toch een traditie heeft om dat zo zorgvuldig mogelijk te doen en hoe zorgvuldig je het ook probeert te doen, het individuele leed dat je mensen aandoet, kan je nooit wegwerken en dat accepteert de heer Van Boxmeer. Daar niemand meer het woord verlangt sluit de **voorzitter** de discussie over dit agendapunt.

De voorzitter deelt vervolgens mede dat in deze jaarvergadering driehonderd twee en veertig (342) aandeelhouders aanwezig of vertegenwoordigd zijn, rechtgevend op het uitbrengen van tweehonderd negentig miljoen zevenhonderd elf duizend zeshonderd vijfenzeventig (290.711.675) stemmen en voorts zijn ter vergadering aanwezig honderd drie en vijftig (153) aandeelhouders van Heineken Holding N.V. die de vergadering als toehoorders bijwonen.

1A. VASTSTELLING VAN DE BALANS PER 31 DECEMBER 2005, VAN DE WINST- EN VERLIESREKENING OVER HET BOEKJAAR 2005 EN VAN DE TOELICHTING

De **voorzitter** stelt vervolgens aan de orde punt 1A van de agenda, de vaststelling van de balans per eenendertig december tweeduizend vijf en de verlies- en winstrekening over datzelfde boekjaar. Het betreft de pagina's een en zestig (61) en verder van het verslag. De jaarrekening is gecontroleerd door KPMG Accountants. De accountantsverklaring is afgedrukt op pagina een honderd achttien (118).

De voorzitter geeft vervolgens de aanwezigen de gelegenheid tot het stellen van vragen en het plaatsen van opmerkingen.

Spreker 2 van de VEB stelt kennis te hebben genomen van het feit dat de resultaten inderdaad een stuk beter zijn dan die van het afgelopen jaar, proficiat daarvoor, maar

daarbij wil hij ook opmerken dat ook de verwachtingen ook wat lager waren gezet afgelopen jaar met name vanwege de impact van de dollar en dergelijke. Als hij door de cijfers heen struint dan komt hij op een gebied waar hij toch wat zorgen over heeft en daar wil hij graag een reactie op. Het heeft te maken met de marges en de marges met name zoals Heineken dat noemt, het bedrijfsresultaat zonder de speciale zaken. Er is een leuke tabel op bladzijde honderd achtentwintig (128) en daar wordt een mooi overzicht gegeven van deze marges, bedrijfsresultaten ten opzichte van de opbrengsten van de jaren tweeduizend twee tot tweeduizend vijf. Wat je daar ziet is dat eigenlijk ieder jaar dat percentage dat toch wel belangrijk is om als indicatie voor de kwaliteit van je business en misschien de trend ook, dat ieder jaar dat percentage een vol procent omlaag gaat. In tweeduizend twee praten we over vijftien één/tiende procent (15,1%) je gaat naar veertien drie/tiende procent (14,3%) naar dertien drie/tiende procent (13,3%) en met de nieuwe methodiek van IFRS wordt het dertien acht/tiende procent (13,8%) en het afgelopen jaar naar twaalf één/tiende procent (12,1%). Zijn vraag is in hoeverre Heineken daar een trendbreuk in ziet in de komende paar jaar en naar wat voor een percentage Heineken streeft voor de komende twee (2) tot vijf (5) jaar.

De heer **Hoof Graafland**, lid van de Raad van Bestuur van Heineken, antwoordt in de eerste plaats dat Spreker 2 gelijk heeft, het is een heel belangrijke ratio. Wat deze ontwikkeling sterk beïnvloedt zijn twee elementen: een is dat Heineken in de jaren tweeduizend twee tot tweeduizend vijf bijna driehonderd miljoen euro (EUR 300.000.000,00) aan currencies heeft verloren. Dat is op een omzet van tien miljard euro (EUR 10.000.000.000,00) de drie procent (3%) die er weg is. Tweede is dat nieuwe acquisities die Heineken doet nog niet die operationele efficiencies hebben die Heineken in haar bestaande operaties heeft. Daar werk je over een tijd naar toe en dat is een tweede effect dat negatief werkt. Als men kijkt naar de autonome ontwikkeling van de operationele marge, de EBIT-marge, dan ziet men dat die jaar op jaar verbeterd is. Hoe zal die naar de toekomst toe zijn? Heineken zal die autonoom blijven verbeteren en zeker als men in gedachten houdt het kostenbesparingsprogramma dat tweehonderd miljoen euro (EUR 200.000.000,00) moet opleveren en waarvan Heineken gezegd heeft dat de effecten daarvan direct zullen doorgaan naar het operationele resultaat dan kan men uitrekenen wat dit op de EBIT-marge gaat doen.

Spreker 2 antwoordt dat als hij even logisch doordenkt, dit dan betekent dat Heineken een flink stuk vanaf twaalf procent (12%) richting veertien procent (14%) of vijftien procent (15%) zou kunnen gaan. Alleen al vanwege de kostenbesparingen die in de komende twee (2) jaar zouden gaan plaatsvinden en daarbovenop krijgt Heineken een stukje extra rendement van de acquisities van de afgelopen jaren die waarschijnlijk ook wat efficiënter gaan lopen. Dat zal Heineken dus een heel stuk in de richting helpen. Hij vraagt of hij dat goed heeft begrepen.

De heer **Hoof Graafland** antwoordt dat het Heineken zeker een goed stukje in de richting brengt. Er zijn twee dingen die Heineken uiteraard niet in de hand heeft: verdere currency ontwikkelingen en nieuwe acquisities.

Spreker 2 antwoordt dat op een gegeven moment toch het rendement ervan moet komen, dus Heineken moet vermijden dat het een eeuwigdurend verhaal is. De

munten werken Heineken tegen en Heineken koopt bedrijven op die niet zo efficiënt zijn. Op een gegeven moment kunnen de aandeelhouders betere marges verwachten.

De heer **Hoof Graafland** antwoordt het daar mee eens te zijn.

Dan geeft de voorzitter het woord aan Spreker 3.

Spreker 3 heeft een vraag over het remuneratiebeleid. Hij stelt dat op pagina achtenvijftig (58) in de eerste alinea geschreven staat: de volgende remuneratiegroepen bestaan uit Anheuser Busch dat kan hij nog begrijpen, Carlsberg, en dat kan hij ook begrijpen, Inbev kan hij ook begrijpen maar wat hij niet begrijpen kan is dat L'Oreal en LVMH er ook in staan. Volgens hem hebben die geen drank en waarom zitten die toch in die groep, vraagt hij.

De heer **Hoof Graafland** antwoordt dat deze bedrijven in die groep zitten omdat ze soortgelijke belangrijke merken vertegenwoordigen en enige ook met een familie-invloed.

De **voorzitter** constateert dat niemand verder over dit onderwerp vragen heeft en beëindigt de discussie en stelt voor te besluiten tot vaststelling van de balans per eenendertig december tweeduizend vijf en van de winst- en verliesrekening over datzelfde boekjaar en van de toelichting.

Hij geeft vervolgens een toelichting op de stemprocedure.

Dit wordt middels de stemkastjes gedaan.

- Op de stoel hebben de aanwezigen een stemkastje aangetroffen en bij de registratie een chip stempas ontvangen. Men dient deze chip stempas met de goudkleurige opdruk naar boven in het kastje te steken als hij aangeeft dat de stemming aanvangt. Vervolgens maakt men zijn keuze:
- voor: Y – van Yes;
- tegen: N – van No,
- onthouding (knop met vraagteken – naast cijfer drie (3)); geen stem uitbrengen wordt beschouwd als onthouding. Na circa dertig (30) seconden geeft de voorzitter aan dat de stemming stopt en even later komt de uitslag op het projectiescherm.
- nadat de uitslag is getoond kan de chip stempas weer verwijderd worden.

De voorzitter verzoekt de aandeelhouders hun stem uit te brengen door op de knop van hun keuze te drukken.

De voorzitter sluit na dertig (30) seconden de stemming en constateert:

- tweehonderd vijfentachtig miljoen negenhonderd vierduizend zevenhonderd achttien (285.904.718) voorstemmen,
- éénduizend éénhonderd drieëntachtig (1.183) tegenstemmen, en
- vier miljoen achthonderd vijf duizend zevenhonderd vierenzeventig (4.805.774) onthoudingen.

Hij stelt vast dat de jaarrekening over het boekjaar tweeduizend vijf met meerderheid van stemmen is vastgesteld.

1B. TOELICHTING OP HET RESERVERINGS- EN DIVIDENDBELEID

De **voorzitter** stelt vervolgens aan de orde punt 1B van de agenda, te weten het reserverings- en dividendbeleid.

Dit is een apart punt, alleen een toelichting en daar hoeft niet over te worden

gestemd.

Als toelichting deelt de voorzitter mede dat Heineken een consistent reserverings- en dividendbeleid voert. Binnen dit beleid wordt naar pay-out ratio van twintig procent (20%) tot vijftwintig procent (25%) van de nettowinst gestreefd exclusief bijzondere posten. Eenmaal in de drie (3) jaar wordt bekeken of er ruimte is voor een verhoging van het totale bedrag aan uit te betalen dividend via handhaving van het dividendbedrag per aandeel en een vergroting van het aantal uitstaande aandelen met in principe vijftwintig procent (25%). Daar zijn de aandeelhouders inmiddels ook min of meer aan gewend. Deze vergroting van het aantal uitstaande aandelen wordt bereikt óf via herkapitalisatie uit de vrije reserves óf via een aandelensplitsing en dat is een vrij technische zaak waar fiscale overwegingen een belangrijke rol spelen.

Aan dit beleid liggen verschillende doelstellingen ten grondslag. Ten eerste wil Heineken zijn positie in bestaande markten uitbreiden en een actieve rol spelen in een verdere concentratie in de biermarkt en uitbreiding elders. Daar is reeds over gesproken en daar is geld voor nodig. Tevens streeft Heineken naar het handhaven van een gezonde balansstructuur, een rentedekking die boven de tien procent (10%) is, hetgeen buitengewoon hoog is, en naar behoud van haar onafhankelijkheid. En om deze doelstellingen te bereiken wordt een, wat je tegenwoordig zou noemen: “aanzienlijk gedeelte” en vroeger zou je zeggen een “verstandig gedeelte” van de behaalde winsten via reserveringen binnen de onderneming gehouden. De voorzitter vreest dat dit ook zijnerzijds helaas een oude koe is maar hij wil toch voor de volledigheid dit even meedelen.

De voorzitter constateert vervolgens dat niemand het woord wenst over dit onderwerp.

1C. BESLISSING OVER DE BESTEMMING VAN HET SALDO VAN DE WINST- EN VERLIESREKENING OVEREENKOMSTIG HET BEPAALDE IN ARTIKEL 12 LID 7 VAN DE STATUTEN VAN DE VENNOOTSCHAP

De **voorzitter** stelt vervolgens aan de orde punt 1C van de agenda, te weten de beslissing over de bestemming van het saldo van de winst- en verliesrekening overeenkomstig het bepaalde in artikel 12 lid 7 van de statuten van de vennootschap. Voorgesteld wordt om van de winst over het boekjaar tweeduizend vijf een dividend van veertig eurocent (EUR 0,40) per aandeel van een euro en zestig eurocent (EUR 1,60) nominaal uit te keren. Op eenentwintig september tweeduizend vijf werd reeds een bedrag van zestien eurocent (EUR 0,16) per aandeel als interim dividend betaalbaar gesteld.

Het slotdividend van vier en twintig eurocent (EUR 0,24) per aandeel zal met ingang van acht mei tweeduizend zes betaalbaar zijn bij de ABN AMRO Bank N.V. te Amsterdam en aan de aandeelhouders ter beschikking worden gesteld door tussenkomst van de instellingen, die hun aandelen op eenentwintig april tweeduizend zes na beurs (Euronext Amsterdam) in administratie hadden.

De voorzitter vraagt wie hij het woord mag geven over dit onderwerp.

Als niemand het woord verlangt stelt hij voor de bestemming van het saldo van de winst- en verliesrekening conform het bepaalde in artikel 12 lid 7 van de statuten van de vennootschap vast te stellen en het dividend over het boekjaar tweeduizend vier

vast te stellen op veertig eurocent (EUR 0,40) per aandeel.

Dan wordt overgaan tot de stemming.

De voorzitter verzoekt de aandeelhouders hun stem uit te brengen.

Na dertig (30) seconden sluit de voorzitter de stemming en constateert:

- twee honderd negen en tachtig miljoen twee honderd zeventig duizend één en twintig (289.270.021) voorstemmen,
- één duizend zeventig (1.070) tegenstemmen, en
- één miljoen vier honderd veertig duizend vijf honderd vier en tachtig (1.440.584) onthoudingen.

Hij stelt vast dat de bestemming van het saldo van de winst- en verliesrekening met meerderheid van stemmen is vastgesteld overeenkomstig het voorstel.

1D. DECHARGE VAN DE LEDEN VAN DE RAAD VAN BESTUUR

De **voorzitter** stelt vervolgens aan de orde punt 1D van de agenda, het voorstel tot décharge van de leden van de Raad van Bestuur voor het gevoerde bestuur in het boekjaar tweeduizend vijf, voor zover van dat bestuur uit de jaarrekening blijkt.

Hij vraagt wie hij het woord mag geven over dit onderwerp.

Daar niemand het woord verlangt stelt hij voor te besluiten tot décharge van de leden van de Raad van Bestuur voor het gevoerde bestuur in het boekjaar tweeduizend vijf en wordt overgegaan tot de stemming.

De voorzitter verzoekt de aandeelhouders hun stem uit te brengen.

Na dertig (30) seconden sluit de voorzitter de stemming en constateert:

- tweehonderd achtentachtig miljoen negenhonderd zevenenzestigduizend éénhonderd vijftig (288.967.150) voorstemmen,
- éénhonderd zesentwintigduizend vierhonderd tachtig (136.480), en
- één miljoen zeshonderd achtduizend vijfenveertig (1.608.045) onthoudingen.

Hij stelt vast dat met meerderheid van stemmen décharge is verleend aan de leden van de Raad van Bestuur voor het gevoerde bestuur in het boekjaar tweeduizend vijf, voor zover van dat bestuur uit de jaarrekening tweeduizend vijf blijkt.

1E. DECHARGE VAN DE LEDEN VAN DE RAAD VAN COMMISSARISSEN

De **voorzitter** stelt vervolgens aan de orde punt 1E van de agenda, het voorstel tot décharge van de leden van de Raad van Commissarissen voor hun toezicht op het gevoerde bestuur in het boekjaar tweeduizend vijf, voor zover van dat bestuur uit de jaarrekening tweeduizend vijf blijkt.

Hij vraagt wie hij het woord mag geven over dit onderwerp.

Spreker 2 van de VEB vraagt het woord en stelt dit punt graag te willen gebruiken om heel kort te refereren aan wat Heineken noemt: “the regulations for the supervisory board of Heineken N.V.”, de regeltjes voor de Raad van Commissarissen, en in punt 3.7 geeft Heineken duidelijk aan in de lijn met Tabaksblad, dat alle commissarissen met uitzondering van op zijn hoogst één, onafhankelijk behoren te zijn. Zijn vraag is: welke commissarissen op dit moment onafhankelijk zijn in lijn met de Code Tabaksblad.

De **voorzitter** antwoordt dat volgens hem allen onafhankelijk zijn met dien verstande dat de heer De Carvalho en de heer Das dat niet zijn. De voorzitter geeft vervolgens het woord aan de heer Das, lid van de Raad van Commissarissen.

De heer **Das** stelt dat hij en de heer De Carvalho ook onafhankelijk zijn. Want als hij

niet onafhankelijk zou zijn, om het even tot hem te beperken, dan zou dat zo zijn omdat hij een jaar of dertien geleden deel uitmaakte van een advocatenkantoor dat toen voorafgaand aan zijn benoeming adviseur was van de vennootschap. En dat zou meebrengen dat hij niet onafhankelijk zou zijn. Heineken vindt dat een ongerijmde conclusie omdat het feit dat hij nu nog steeds deel uitmaakt van hetzelfde kantoor dat optreedt als adviseur van de vennootschap niet tot gevolg heeft dat hij onafhankelijk is. Heineken ziet dat als een ongerijmdheid en een fout in de Code die ongetwijfeld in de volgende versie zal verdwijnen en daarom denkt Heineken, en ook hijzelf dat hij onafhankelijk is.

Spreker 2 stelt vervolgens dat de heer Das ook bestuurlijk nog steeds deel uitmaakt van de Raad van Beheer van Heineken Holding met een belangrijke positie. Dus wat dat aangaat zou het makkelijker, netter of schoner zijn om ook dat helemaal te onderscheiden. Of ziet Spreker 2 dat weer te halsstarrig vraagt hij zich af.

De heer **Das** antwoordt dat hij denkt dat Spreker 2 dat niet juist ziet want de Code maakt een uitdrukkelijke uitzondering voor dubbelfuncties binnen een groep. En dat brengt mee dat het feit dat de heer Das bestuurder is van de Holding en het feit dat de echtgenote van de heer De Carvalho bestuurder is van de Holding dat dat geen beletsel is voor onze onafhankelijkheid omdat het een uitdrukkelijke uitzondering is in die bepalingen die dubbelfuncties in de groep uitzonderen.

Spreker 2 stelt vervolgens dat de heer De Jong, lid van de Raad van Commissarissen, die vroeger ook lid van de Raad van Beheer bij Heineken Holding is geweest, eigenlijk in de zin van Tabaksblat ook niet echt onafhankelijk is of is dat ook een misvatting van zijn kant, vraagt hij zich af.

De heer **Das** antwoordt dat ook hier sprake is van eenzelfde soort ongerijmdheid waar hij het zo-even over had. Strikt genomen volgens de huidige maar in de toekomst ongetwijfeld gewijzigde tekst van de Code is het feit dat de heer De Jong voordat hij commissaris werd van Heineken, enige tijd bestuurder van Heineken Holding is geweest, er de oorzaak van dat hij niet onafhankelijk zou zijn en dat terwijl het feit dat iemand die nu commissaris is en bestuurder van Heineken Holding wel onafhankelijk zou zijn. Dat is een ongerijmdheid die niet bedoeld kan zijn en waarvan hij aanneemt dat dit binnenkort zal verdwijnen.

Spreker 2 antwoordt dat het hem duidelijk is.

De **voorzitter** dankt Spreker 2 voor zijn vragen en stelt dat de heer Hessels en hij veel Heineken hebben gedronken en daarom zijn zij ook niet onafhankelijk.

Daar niemand verder het woord verlangt stelt hij voor te besluiten tot décharge van de leden van de Raad van Commissarissen voor hun toezicht op het gevoerde bestuur in het boekjaar tweeduizend vijf en wordt overgegaan tot de stemming.

De voorzitter verzoekt de aandeelhouders hun stem uit te brengen.

Na dertig (30) seconden sluit de voorzitter de stemming en constateert:

- twee honderd acht en tachtig miljoen zeven honderd zes en twintig duizend één honderd zeven en tachtig (288.726.187) voorstemmen,
- één honderd zeven en dertig duizend twee honderd vier (137.204) tegenstemmen, en
- één miljoen acht honderd acht en veertig duizend twee honderd vier en tachtig (1.848.284) onthoudingen.

Hij stelt vast dat met meerderheid van stemmen décharge is verleend aan de leden van de Raad van Commissarissen, voor hun toezicht op het gevoerde bestuur in het boekjaar tweeduizend vijf.

2. MACHTIGING VAN DE RAAD VAN BESTUUR TOT INKOOP EIGEN AANDELEN

De **voorzitter** stelt vervolgens aan de orde punt 2 van de agenda, machtiging van de Raad van Bestuur tot inkoop eigen aandelen.

Voorgesteld wordt dat de Algemene Vergadering van Aandeelhouders de Raad van Bestuur machtiging verleent om, gedurende de wettelijke maximumtermijn van achttien (18) maanden vanaf heden aandelen in te kopen onder de volgende voorwaarden en overigens met inachtneming van de wet en de statuten.

Het maximum aantal aandelen dat kan worden ingekocht bedraagt het wettelijke maximum van tien procent (10%) van het geplaatste kapitaal van de vennootschap. De inkooptransacties moeten worden uitgevoerd voor een prijs die ligt tussen de nominale waarde van de aandelen en een honderd tien procent (110%) van de openingskoers van de aandelen zoals vermeld in de Officiële Prijscourant van Euronext Amsterdam op de dag van de inkooptransactie of bij afwezigheid van een dergelijke koers, de laatste daar vermelde koers.

De inkooptransacties kunnen worden verricht ter beurse of anderszins.

Een dergelijk besluit behoeft de voorgaande goedkeuring van de Raad van Commissarissen.

De machtiging tot inkoop zal mogelijk worden aangewend in het kader van het Lange Termijn Incentive Plan voor leden van de Raad van Bestuur en het Lange Termijn Incentive Plan Senior Management, maar kan ook worden aangewend voor andere doeleinden zoals in het kader van acquisitieprojecten.

De voorzitter vraagt wie hij het woord mag geven over dit onderwerp.

Spreker 3 vraagt het woord en vraagt hoeveel aandelen er zijn ingekocht in het kalenderjaar tweeduizend vier.

De **voorzitter** antwoordt dat in het kalenderjaar tweeduizend vier geen aandelen zijn ingekocht. In het kalenderjaar tweeduizend vijf zijn ook geen aandelen ingekocht. Heineken heeft voor het eerst voor haar aandelenplan na bekendmaking van de jaarcijfers in tweeduizend zes, dus na tweeëntwintig februari, aandelen ingekocht.

Spreker 3 vraagt hoeveel stuks dat waren.

De **voorzitter** antwoordt dat het volgens hem driehonderd duizend (300.000,00) aandelen waren.

Spreker 3 neemt aan dat die niet op één dag zijn ingekocht .

De **voorzitter** antwoordt dat hij daar van uit kan gaan.

Spreker 3 stelt vervolgens dat de inkoopmachtiging verleend moet worden voor achttien maanden vanaf nu. Hij dacht dat de Raad van bestuur de inkoopmachtiging al had.

De **voorzitter** bevestigt dit en licht toe dat de machtiging altijd zo wordt verleend dat er een zekere rollover is. Je weet namelijk nooit precies wanneer er een aandeelhoudersvergadering plaatsvindt

Dat verbaast **Spreker 3**. Je moet toch een zaal van tevoren huren stelt hij. De

voorzitter antwoordt dat een beetje ondernemer wacht tot het laatste moment want

dan krijgt hij de beste prijs.

Daar niemand verder het woord verlangt stelt hij voor de Raad van Bestuur machtiging te verlenen tot inkoop van eigen aandelen.

Hij verzoekt de aandeelhouders hun stem uit te brengen.

Na dertig (30) seconden sluit de voorzitter de stemming en constateert:

- twee honderd negen en tachtig miljoen zeven honderd vijftig duizend acht honderd zeven en vijftig (289.750.857) voorstemmen,
- één honderd negentien duizend vier honderd acht en zeventig (119.478) tegenstemmen,
- acht honderd één en veertig duizend drie honderd veertig (841.340) onthoudingen.

Hij stelt vast dat met meerderheid van stemmen machtiging is verleend aan de Raad van Bestuur tot inkoop van eigen aandelen.

3. MACHTIGING VAN DE RAAD VAN BESTUUR TOT UITGIFTE VAN (RECHTEN OP) AANDELEN ALSMEDE TOT BEPERKING CASU QUO UITSLUITING VAN HET VOORKEURSRECHT

De **voorzitter** stelt vervolgens aan de orde punt 3 van de agenda, machtiging van de Raad van Bestuur tot uitgifte van (rechten op) aandelen alsmede tot beperking casu quo uitsluiting van het voorkeursrecht.

Voorgesteld wordt de Raad van Bestuur machtiging te verlenen om voor een periode van achttien (18) maanden, te rekenen vanaf twintig april tweeduizend zes tot het uitgeven van aandelen danwel het verlenen van rechten tot het nemen van aandelen alsmede tot het beperken of uitsluiten van het voorkeursrecht van aandeelhouders, een en ander met inachtneming van de wet en de statuten. De aanwijzing is beperkt tot tien procent (10%) van het op het tijdstip van uitgifte geplaatste kapitaal van de vennootschap en een dergelijke emissiebesluit behoeft wederom de voorafgaande goedkeuring van de Raad van Commissarissen.

De aanwijzing zal mogelijk worden aangewend in het kader van het Lange Termijn Incentive Plan voor leden van de Raad van Bestuur en het Lange Termijn Incentive Plan voor de groep senior management, maar kan ook worden aangewend voor andere doeleinden zoals in het kader van acquisitieprojecten.

De voorzitter vraagt wie hij het woord mag geven over dit onderwerp.

Daar niemand het woord verlangt wordt overgegaan tot de stemming.

Hij verzoekt de aandeelhouders hun stem uit te brengen.

Na dertig (30) seconden sluit de voorzitter de stemming en constateert:

- twee honderd vier en tachtig miljoen zeven honderd zes en negentig duizend negen honderd vier (284.796.904) voorstemmen,
- vier miljoen vier honderd twee en veertig duizend zes honderd acht en dertig (4.442.638) tegenstemmen, en
- één miljoen vier honderd twee en zeventig duizend één honderd drie en dertig (1.472.133) onthoudingen.

Hij stelt vast dat met meerderheid van stemmen machtiging is verleend aan de Raad van Bestuur tot uitgifte van (rechten op) aandelen alsmede tot beperking casu quo uitsluiting van het voorkeursrecht.

4. BENOEMING VAN VIER COMMISSARISSEN

De **voorzitter** stelt vervolgens aan de orde punt 4 van de agenda.

In gevolge artikel 10 lid 3 van de statuten worden commissarissen benoemd voor een periode van vier (4) jaar. Een aftredende commissaris kan twee (2) maal worden herbenoemd. In tweeduizend zes komen de heer J.M. de Jong (vice-voorzitter) en de voorzitter zelf in aanmerking voor herbenoeming voor een periode van vier (4) jaar, dat wil zeggen tot en met de Algemene Vergadering van Aandeelhouders in tweeduizend tien.

Daarnaast stelt de Raad van Commissarissen voor twee (2) nieuwe commissarissen te benoemen, eveneens conform de statuten voor een periode van vier (4) jaar tot en met de Algemene Vergadering van Aandeelhouders in tweeduizend tien, te weten:

- Mevrouw A.M. Fentener van Vlissingen. Mevrouw Fentener van Vlissingen is onder meer voorzitter van de Raad van Commissarissen van SHV Holdings N.V. De Raad van Commissarissen acht mevrouw Fentener van Vlissingen een zeer goede kandidaat gezien haar brede strategische en financiële kennis.
- Lord MacLaurin of Knebworth. Lord MacLaurin is Non-Executive Chairman bij Vodafone (tot juli tweeduizend zes). De Raad van Commissarissen acht Lord MacLaurin een zeer goede kandidaat gezien zijn buitengewone ervaring op het gebied van de detailhandel en zijn kennis van de brouwerij industrie.

De voorzitter vraagt wie hij na aanleiding van deze voorstellen het woord mag geven.

De voorzitter geeft het woord aan **Spreker 3** die over dit agendapunt een algemene opmerking wil maken. Hij vraagt waarom Heineken tweehonderd miljoen euro (EUR 200.000.000,00) gaat bezuinigen en de Raad van Commissarissen met twee (2) leden uitgebreid moet worden. De Raad heeft al toch zes (6) leden en Heineken moet gaan bezuinigen. Hij hoorde net dat er een personeelslid op de een of andere manier niet helemaal voor éénhonderd procent (100%) aan zijn trekken is gekomen en als Heineken dan moet bezuinigen prima maar dan moet er niet in die top een waterhoofd gecreëerd worden. Hij vraagt waarom dat is en hij ziet het verband niet. In die stukken werd het ook niet duidelijk uitgelegd volgens hem.

De **voorzitter** antwoordt dat het Spreker 3 wellicht is ontgaan dat de omvang van de Raad van Bestuur vorig jaar al is teruggelopen. En het tweede is dat voor een concern dat een onderhavige omvang heeft, een Raad van Commissarissen zoals die thans bestaat uit zes leden, echt het minimum is. Er moet gekeken worden naar de leeftijdsopbouw, naar de deskundigheden en er is ook nog een duidelijke vingerwijzing dat gekeken moet worden naar het aantal dames rond de tafel. En dat alles heeft ertoe geleid dat Heineken buitengewoon gelukkig is dat zij twee voortreffelijke nieuwe commissarissen kan aantrekken, die beiden een zeer belangrijke deskundigheid hebben die het welzijn van Heineken zullen bevorderen.

Spreker 3 antwoordt dat de dame van het bouwjaar negenhonderd éénezenzestig is, een goed jaar daar gaat het hem niet over maar, die Ier of Engelsman, er staat niet bij welke nationaliteit hij heeft, waarom moeten de aandeelhouders voor hem kiezen, vraagt hij. Spreker 3 vindt het al een beetje raar dat de kandidaat hier niet aanwezig kan zijn want hij vangt toch iedere maand of kwartaal geld en dan vindt hij minstens dat hij hier aanwezig behoort te zijn. Hij heeft uit het curriculum vitae begrepen dat hij bij Tesco en een andere club weg is, dus dit is zijn enige club en waarom is hij dan niet aanwezig? Heeft de voorzitter daar geen druk op uitgeoefend, vraagt Spreker 3.

De **voorzitter** antwoordt dat hij wel druk op Lord MacLaurin heeft uitgeoefend maar het was heel simpel, hij kon niet. Hij is op dit ogenblik zoals dat heet non-executive chairman of Vodafone ook niet een echt kleine onderneming, niet een kruidenierszaakje om de hoek om zo te zeggen. Daar is hij nog zeer mee bezig en daar neemt hij per één juli aanstaande afscheid en het heeft hem zeer gespeten maar zijn agenda was op deze dag al geboekt. De voorzitter voegt hier aan toe voor degenen die niet helemaal deze persoon kennen dat Heineken zich werkelijk gelukkig prijst dat hij zo vriendelijk ondanks zijn inderdaad wat oudere leeftijd, Heineken van advies komt dienen. Hij is wat je noemt in Engeland "Mister Tesco", een van de meest succesvolle retailondernemers die er is. Een sector waar een gigantische concurrentie woedt op dit ogenblik en Heineken had zich geen betere man kunnen wensen om haar op dat hele kritische gebied, er werd zojuist gesproken over marges, bij te staan. Dus Heineken is, zelfs ondanks het feit dat hij er nu niet is, zeer gelukkig dat de aandeelhouders er over mogen stemmen.

Spreker 3 wijst op een ander punt dat de voorzitter noemt. Lord MacLaurin behaalt binnenkort de kritische grens van tweeënzeventig (72) jaar dat is binnen zijn periode. Betekent dit dat hij binnen die periode van vier (4) jaar een andere hobby mag zoeken, vraagt Spreker 3.

De **voorzitter** antwoordt dat Lord MacLaurin hobby's genoeg heeft daar hoeven de aandeelhouders zich verder geen zorgen over te maken. Hij wordt benoemd voor een periode van vier (4) jaar en er is geen leeftijdslimiet wat dat betreft.

De voorzitter geeft vervolgens het woord aan Spreker 4 namens het PPGM.

Spreker 4 wil volstaan met het maken van één opmerking. De aandeelhouders die hij vertegenwoordigt zijn bekend met de uitleg over de onafhankelijkheid van de Raad van Commissarissen. Zij delen die mening niet. Zij missen ook in het voorstel daadwerkelijk een verwijzing naar de Code en of Heineken meent of de voorgestelde commissarissen onafhankelijk zijn of niet en of de Raad vervolgens volledig weer voldoet aan hetgeen wat de Code voorschrijft. Dus zij willen op dit onderwerp met een onthouding gaan stemmen.

De **voorzitter** antwoordt dat hij de opmerking van Spreker 4 in ieder geval zal meenemen.

Daar verder niemand het woord verlangt wordt overgegaan tot de stemming.

De heer **De Jong**, vice-voorzitter van de Raad van Commissarissen, neemt de leiding van de vergadering terzake dit punt over en gaat over tot de stemming.

4A. HERBENOEMING VAN DE HEER C.J.A. VAN LEDE

Dan wordt er gestemd over de herbenoeming van de heer C.J.A. van Lede.

De heer **De Jong** verzoekt de aandeelhouders hun stem uit te brengen.

Na dertig (30) seconden sluit de voorzitter de stemming en constateert:

- twee honderd vijf en tachtig miljoen negen honderd één en zestig duizend negen honderd negentien (285.961.919) voorstemmen,
- drie miljoen zes honderd acht en tachtig duizend vier honderd vier en veertig (3.688.444) tegenstemmen, en
- één miljoen één en zestig duizend drie honderd twaalf (1.061.312) onthoudingen.

De heer De Jong constateert dat de heer Van Lede met meerderheid van stemmen is

herbenoemd tot commissaris van de vennootschap voor een periode van vier (4) jaar tot en met de Algemene Vergadering van Aandeelhouders in tweeduizend tien en wenst hem geluk met deze benoeming.

De **voorzitter**, de heer Van Lede, neemt de leiding van de vergadering weer over.

4B. HERBENOEMING VAN DE HEER J.M. DE JONG

Vervolgens gaat de **voorzitter** over tot de stemming over de herbenoeming van de heer J.M. de Jong.

Hij ververzoekt de aandeelhouders hun stem uit te brengen.

Na dertig (30) seconden sluit de voorzitter de stemming en constateert:

- tweehonderd negenenzeventig miljoen vijfhonderd tachtigduizend driehonderd zeventien (279.580.317) voorstemmen,
- drie miljoen zevenhonderd zestigduizend achthonderd zestig (3.760.860) tegenstemmen, en
- zeven miljoen driehonderd zeventigduizend vierhonderd achtennegentig (7.370.498) onthoudingen.

De voorzitter constateert dat de heer J.M. de Jong met meerderheid van stemmen is herbenoemd tot commissaris van de vennootschap voor een periode van vier (4) jaar tot en met de Algemene Vergadering van Aandeelhouders in tweeduizend tien en wenst hem geluk met zijn herbenoeming.

4C. BENOEMING MEVROUW A.M. FENTENER VAN VLISSINGEN

Vervolgens gaat de **voorzitter** over tot de stemming over de benoeming mevrouw A.M. Fentener van Vlissingen.

Hij ververzoekt de aandeelhouders hun stem uit te brengen.

Na dertig (30) seconden sluit de voorzitter de stemming en constateert:

- tweehonderd achtentachtig miljoen achthonderd tweeënzestigduizend vierendertig (288.862.034),
- tweeënveertigduizend zeshonderd éénennegentig (42.691) tegenstemmen, en
- één miljoen achthonderd zesduizend negenhonderd vijftig (1.806.950) onthoudingen.

De voorzitter constateert dat mevrouw A.M. Fentener van Vlissingen met meerderheid van stemmen is benoemd tot commissaris van de vennootschap voor een periode van vier (4) jaar tot en met de Algemene Vergadering van Aandeelhouders in tweeduizend tien.

De voorzitter heet mevrouw Fentener van Vlissingen van harte welkom.

4D. BENOEMING LORD MACLAURIN OF KNEBORTH

Tenslotte stelt de **voorzitter** aan de orde de stemming over de benoeming Lord MacLaurin of Knebworth

Hij verzoekt de aandeelhouders hun stem uit te brengen.

Na dertig (30) seconden sluit de voorzitter de stemming en constateert:

- tweehonderd achtentachtig miljoen zeshonderd zevenennegentigduizend driehonderd zesenzeventig (288.697.376) voorstemmen,
- tweeduizend vierhonderd vijfenzestig (2.465) tegenstemmen, en
- twee miljoen elfduizend achthonderd vierendertig (2.011.834) onthoudingen.

De voorzitter constateert dat Lord MacLaurin of Knebworth met meerderheid van stemmen is benoemd tot commissaris van de vennootschap voor een periode van

vier (4) jaar tot en met de Algemene Vergadering van Aandeelhouders in tweeduizend tien.

De voorzitter heet Lord MacLaurin ook van harte welkom.

SLUITING

De **voorzitter** sluit vervolgens de vergadering om vijftien uur vijf en vijftig minuten.

De voorzitter deelt nog mede dat de vergadering van aandeelhouders van Heineken Holding N.V. aanvangt over tien minuten in deze zaal.

Hij verzoekt allen eerst de zaal te verlaten, de aandeelhouders van Heineken Holding worden daarna uitgenodigd deze zaal weer binnen te gaan. De voorzitter verzoekt de aandeelhouders om hun chipcard bij de uitgang in te leveren en hun stemkastjes op hun stoel te laten liggen.

De voorzitter dankt tot slot de aanwezigen voor hun aanwezigheid.

Waarvan dit proces-verbaal, opgemaakt te Amsterdam op twaalf juli tweeduizend zes, hetwelk na te zijn ondertekend door mevrouw Cornelia Geertruida Maria Kemper, met kantooradres Fred. Roeskestraat 100, (1076 ED) Amsterdam, geboren te Volendam op acht en twintig juli negentienhonderd achtenzeventig, mij, notaris bekend, daartoe voor mij verschenen, handelend als schriftelijk gevolmachtigde van de voorzitter van de vergadering, de heer mr. Cornelis Josephus Antonius van Lede, voornoemd, van welke volmacht mij, notaris, genoegzaam is gebleken uit een aan deze akte gehechte onderhandse akte van volmacht, en vervolgens door mij, notaris, is ondertekend.