

Datum: 7 maart 2002

Voor meer informatie: 075 – 659 57 20 / 5665

**Speech Cees van der Hoeven
Ahold President en CEO
Persconferentie Jaarcijfers 2001
Donderdag 7 maart 2002
Ahold Hoofdkantoor te Zaandam**

Dames en heren,

Bijzondere lasten, met name ten gevolge van de situatie in Argentinië, hebben een zware wissel getrokken op onze resultaten in 2001. De basis van onze onderneming blijft echter onverminderd sterk. Niettegenstaande de bijzondere lasten, zijn we er trots op dat we opnieuw een recordomzet en recordresultaten hebben behaald en ook in 2001 de gestelde doelen hebben gerealiseerd. Onze omzet groeide naar €66,6 miljard, een toename van 29% ten opzichte van 2000. De nettowinst vóór afschrijving van goodwill en bijzondere lasten, inclusief de impact van de devaluatie van de Argentijnse peso, bedroeg €1,5 miljard, een toename van 36,2%. De gerapporteerde nettowinst was met €1,1 miljard gelijk aan het vorige jaar. De winst per aandeel, exclusief valuta-invloeden, buitengewone posten en afschrijving goodwill, waaronder de impact van de devaluatie van de peso, steeg met 16,0% tot €1,73. Exclusief valuta-invloeden steeg de aangepaste winst per aandeel geheel volgens verwachting met 15,1%.

In het licht van de minder gunstige economische omstandigheden zijn we tevreden over onze verrichtingen in 2001, ondanks de bijzondere lasten van \$95 miljoen in verband met de herstructurering van de Amerikaanse foodservice-activiteiten en de gevolgen van de acquisitie van Alliant en de bijzondere last van €214 miljoen voor de dollarschulden aan derden binnen onze joint venture Disco in Argentinië. Realiseert u zich wel dat de enige wijziging op ons eerdere bericht van 8 januari de getroffen non-cash voorziening betreft vanwege het minderheidsbelang in de voorziening ten gevolge van de peso-devaluatie.

Hiertegenover staat dat wij erin geslaagd zijn de herstructureringskosten van \$28 miljoen voor 56 Grand Union-winkels niet als bijzondere last hebben verwerkt, zoals we aan het begin van het jaar nog aangaven.

In de meeste landen vertraagde de economische groei in de loop van het jaar, wat nog versneld werd door de gebeurtenissen van 11 september in de Verenigde Staten. Deze economische stagnatie was ook zichtbaar in de food retail-sector, vooral omdat het vierde kwartaal wordt vergeleken met de sterke resultaten uit dezelfde periode in 2000. Ook de foodservice-sector bleef niet ongemoeid. De economische teruggang was vooral merkbaar in onze foodservice-activiteiten gericht op de restaurantsector, hotels en resorts.

De autonome omzetgroei van de onderneming vertraagde tot 4,0% in het vierde kwartaal en kwam uit op een jaargemiddelde van 6,1% (6,3% in 2000). Dit lag onder ons streefcijfer van 7% autonome omzetgroei per jaar, een percentage dat we behaalden tot en met het derde kwartaal.

Onze autonome winstgroei bedroeg 20,2% voor het gehele jaar, wat gezien de huidige omstandigheden een formidabele prestatie genoemd mag worden. Deze winstdoelstelling kon worden behaald omdat de gevolgen van de vertraagde omzetgroei adequaat werden gecompenseerd door enerzijds eerder geïmplementeerde programma's voor kostenbesparingen en anderzijds toegenomen synergievoordelen binnen geheel Ahold.

We waren op de verslechterende omstandigheden voorbereid en hebben daar alert op gereageerd. Tussen en in onze vier werkgebieden (Verenigde Staten, Europa, Latijns-Amerika en Azië) was sprake van grote verschillen.

De Amerikaanse foodretailsector presteerde minder in het tweede halfjaar. Dit was zichtbaar in de omzetontwikkeling van Ahold USA-Retail. De autonome omzetgroei in 2001 bedroeg 6,2%, de vergelijkbare omzetgroei 3,1% en de identieke omzetgroei 2,6%. Het is echter kenmerkend voor een sterke onderneming dat deze de stormen goed doorstaat en we zijn er trots op dat onze operationele marges, behalve bij Peapod, wederom zijn toegenomen (5,7% tegen 5,4% in 2000).

De Amerikaanse foodservice-sector leed zwaarder onder de gevolgen van de aanslagen op 11 september dan onder de economische vertraging. Dit wordt duidelijk aan de hand van analyse van onze omzet per klantensegment. Als geheel bleken onze foodservice-activiteiten opvallend veerkrachtig. De autonome omzet voor 2001 was 10,4% hoger.

Ook in Europa was sprake van verminderde economische activiteit, hoewel minder sterk dan in de Verenigde Staten. Onze Europese resultaten waren in totaliteit goed, maar tussen de diverse landen traden aanzienlijke verschillen aan het licht, waarover later meer door Jan Andreae. Exclusief valuta-invloeden bedroeg de autonome omzetgroei 6,7%.

De economische en retail-omstandigheden in Latijns-Amerika waren buitengewoon moeilijk. Tegen de achtergrond van de zware recessie in Argentinië, waren onze resultaten uitstekend. Dit positieve resultaat werd gerealiseerd door tijdig te anticiperen op het slechtst mogelijke scenario. In andere Latijns-Amerikaanse markten beantwoordden de resultaten min of meer aan de verwachting. Exclusief valuta-invloeden vertraagde de autonome omzetgroei naar 1,2%. In Azië zagen we een bescheiden omzetgroei en lagere verliezen.

Wat waren nu, op de keper beschouwd, onze sterke en minder sterke kanten in het afgelopen jaar? Natuurlijk zijn de grote bijzondere lasten in 2001 niet iets om trots op te zijn. We moeten ons echter wel realiseren dat de oorzaken grotendeels buiten de onderneming lagen en dat 80% hiervan non-cash betreft.

We zijn zeker niet tevreden over het feit dat we €800 miljoen meer in werkkapitaal hebben geïnvesteerd dan in 2000. Dit is deels toe te schrijven aan onze autonome groei en nieuwe acquisities, deels aan de groei van onze foodservice- en groothandelactiviteiten. We zijn van mening dat een deel van deze investeringen onnodig was en we hebben maatregelen genomen om dit in 2002 te corrigeren.

Enkele van onze werkmaatschappijen, met name BI-LO en onze Portugese joint venture, presteerden in het licht van de gestelde doelen teleurstellend. Deze ondernemingen hebben inmiddels effectieve maatregelen getroffen waardoor we in 2002 verbeteringen verwachten.

We hebben ons recentelijk uitermate gestoord aan uit de lucht gegrepen aantijgingen van 'boekhouding en belasting affaires' bij Ahold. Deze geruchten zijn volkomen ongegrond en we zullen ze bespreken tijdens de komende conferencecalls, roadshows en bijeenkomsten met analisten. We begrijpen echter dat onze onderneming vanwege haar omvang en complexiteit binnen onze sector niet eenvoudig te doorgronden is en zullen daarom in onze communicatie nog meer nadruk leggen op de detailinformatie over de KPI's, onze key performance indicators.

We hebben het afgelopen jaar ook veel bereikt. Onder onze best presterende ondernemingen heeft de top-vijf (naar grootte) naar verwachting of nog beter gepresteerd. Hiertoe behoren U.S. Foodservice, Stop & Shop, Giant Food (Landover), Albert Heijn en ICA Zweden. Zij vormen de zeer solide basis van onze onderneming en raakten niet van slag door de verslechterende omstandigheden.

In de gehele onderneming zijn de voordelen van schaalgrootte, in- en externe synergie en de uitwisseling van best practices duidelijk zichtbaar. Het lijkt geen twijfel dat onze resultaten aanzienlijk minder zouden zijn zonder de grote inzet en het enthousiasme van onze medewerkers. Achter de schermen werken zij intensief samen. Zij zijn de drijvende kracht achter onze onderneming. Ze staan open voor nieuwe activiteiten en initiatieven, ze onderschrijven onze gemeenschappelijke doelstellingen en waarden en ze zijn bereid om met elkaar te leren en te delen, overal ter wereld.

Ahold's kennisnetwerk is opnieuw de sleutel tot betere prestaties gebleken. De uitkomsten vertalen zich in hogere omzetten, beter marges en lagere kosten. Tegelijkertijd maakt het de integratie van nieuwe overnames sneller en eenvoudiger. Op dit gebied kennen we onze gelijke niet. Het geeft ons groot vertrouwen dat ook in de toekomst substantiële autonome winstgroei kan worden gerealiseerd en dat we in staat zijn nieuwe acquisities optimaal te laten bijdragen aan de groei.

Een aanzienlijke prestatie over de afgelopen twee jaar is onze snelle en succesvolle entrée in de foodservice-sector, met de achtereenvolgende acquisities van U.S. Foodservice (2000), PYA/Monarch (2000) en Alliant (2001). In 2002 verwachten we bij U.S. Foodservice tussen de \$18,5 en 19 miljard omzet te realiseren. Onze onderneming vervult inmiddels een toonaangevende rol in dit aantrekkelijke segment van de voedingsmarkt. De integratie van PYA/Monarch met U.S. Foodservice is een voorbeeld voor de toekomst en voorspelt veel goeds voor de komende integratie van Alliant.

Ook de ombouw van onze Grand Union-winkels was succesvol. Ze presteren nu al beter dan verwacht. Bruno's, definitief overgenomen in december, zal naar verwachting al in 2002 bijdragen aan de verbetering van onze omzet en marges en we zullen alle mogelijkheden die zich voordoen hiertoe gebruiken. Ons nieuwe samenwerkingsverband in Midden-Amerika met CSU in Costa Rica en La Fragua in Guatemala stemt tot grote tevredenheid. Gezamenlijk zijn we de toonaangevende foodretailer in de regio met een omzet van circa \$1,3 miljard.

Als laatste wil ik de aandelenuitgifte noemen voor de financiering van de overname van Alliant en Bruno's. Binnen 24 uur plaatsten we nieuwe aandelen ter waarde van €2,6 miljard. In het belang van bestaande aandeelhouders kozen we voor de versnelde uitgifte om zo weinig mogelijk effect op de koers te laten plaatsvinden en we zijn hierin naar onze mening geslaagd.

Wat is nu onze verwachting voor het lopende jaar 2002? We gaan ervan uit dat de omstandigheden voor de foodretail, met name in de Verenigde Staten, in de loop van het jaar langzaam zullen verbeteren. Op basis hiervan verwachten we in het tweede halfjaar enigszins betere groeicijfers, zeker in vergelijking met het moeizame tweede halfjaar in 2001. We hebben onze omzetverwachting zeer zorgvuldig samengesteld omdat we niet onder de doelstellingen willen presteren. Met het oog op de verwachte omzetontwikkeling en de tijd die nodig is voor de integratie van Alliant, voorzien we dat de resultaten in het tweede halfjaar iets sterker zullen zijn dan in de eerste helft.

Eerder hebben we al aangegeven opnieuw een groei van de winst per aandeel van 15% te verwachten, exclusief valuta-invloeden en afschrijving van goodwill. Dit dient te worden vergeleken met de €1,73 per aandeel in 2001, waarvan de bijzondere lasten al zijn afgetrokken. We realiseren ons terdege dat een groei van 15% van de winst per aandeel onder de huidige omstandigheden een uitdagende doelstelling is, maar we zijn vol vertrouwen dit te kunnen realiseren. Het is echter wel mogelijk dat we genoodzaakt zullen worden vanwege de ontwikkelingen in Argentinië nogmaals een voorziening te treffen voor bijzondere lasten.

Wat zijn de belangrijkste bijdragers aan de substantiële verdere winstgroei? Begin 2002 zijn we met een veelomvattend 'economic value added' (EVA) programma gestart, met specifieke doelen en bijbehorende incentive-plannen. Het EVA-programma is gericht op:

1. toename van autonome omzetgroei
2. verbetering van margemanagement
3. vermindering van operationele kosten
4. efficiëntere aanwending van kapitaal

Al onze werkmaatschappijen beschikken over gedetailleerde programma's ter realisering van deze doelstellingen. We rekenen daarbij op veel ondersteuning via Ahold Networking. Verder verwachten we substantiële bijdragen van onze recente acquisities en joint ventures, zoals Alliant, Bruno's en CARHCO in Midden-Amerika.

Zoals ik al eerder zei, onze focus zal gericht zijn op de autonome omzet- en winstgroei. Onder de huidige omstandigheden voorzien we een vertraging van de acquisitie-activiteiten. Autonome groei en eventuele kleine overnames zullen worden gefinancierd uit de cash flow en we zullen minder beroep doen op externe fondsen. De totale netto kapitaalsinvestering voor 2002 zal naar verwachting €3,2 miljard bedragen, in vergelijking met €2,6 miljard in 2001.

Onze strategie is inzichtelijk en consistent. We hebben het volste vertrouwen in onze multi-channel, multi-brand en multi-format benadering. Hierdoor hebben we de beste kansen om nauwe relaties met de klant te ontwikkelen en een groter aandeel te verwerven van hun uitgaven aan voeding.

We willen overal waar we werkzaam zijn de beste lokale leverancier van voeding zijn, voor al onze klanten, wat hun wensen mogen zijn, op ieder gewenst moment en waar zij zich ook bevinden. Het voor de klant zichtbare gedeelte van onze service behoudt het vertrouwde lokale karakter, terwijl alles achter de schermen zo veel mogelijk regionaal of wereldwijd geregeld wordt.

De Ahold-ondernemingen vormen een hechte ‘familie’ met een sterke ondersteunende structuur, zodat Ahold als geheel aanzienlijk meer is dan de som der delen. Op deze wijze kunnen we de beste propositie aan onze klanten bieden en een aangename en uitdagende werkomgeving voor onze medewerkers. We zijn onze medewerkers wereldwijd zeer veel dank verschuldigd. Hun inzet is de sleutel tot ons succes, nu en in de toekomst.

Uit naam van alle Ahold-medewerkers wil ik u danken voor uw steun aan en het vertrouwen in onze onderneming en dan geef ik nu het woord aan Michiel Meurs voor de presentatie van de cijfers.

Ahold Corporate Communicatie: 075 – 659 5720 / 5665

Mobiel: Hans Gobes: 06 - 55 82 22 98, of Nick Gale: 06 – 55 77 22 83

Bepaalde uitspraken in dit persbericht, inclusief verwachtingen ten aanzien van Ahold's toekomst, zijn 'forward looking statements' in de zin van het Amerikaanse effectenrecht en worden geacht te vallen onder de zogenaamde 'safe harbors'. De uiteindelijke resultaten van de onderneming kunnen aanmerkelijk verschillen ten opzichte van de 'forward looking statements' aangezien deze onderhevig zijn aan risico's, onzekerheden en andere factoren waarop de onderneming geen invloed heeft. Deze factoren betreffen onder meer de algemene economische omstandigheden en wijzigingen in rentestanden in de landen waar Ahold actief is, in het bijzonder in Argentinië, toename van concurrentie in de markten waar Ahold opereert, wijzigingen in marketing methoden van concurrenten en moeilijkheden die Ahold tegen kan komen bij de integratie van overgenomen ondernemingen. Schommelingen in wisselkoersen tussen de Euro en andere valuta waarin de activa, schulden en bedrijfsresultaten van Ahold worden aangeduid, met name de Amerikaanse dollar en de Argentijnse Peso, kunnen ook de 'forward looking statements' beïnvloeden, evenals andere factoren aangehaald in Ahold's publieke mededelingen. Veel van deze factoren zijn voor Ahold niet beheersbaar en evenmin voorspelbaar. De lezer dient zich te realiseren dat de 'forward-looking statements' zijn gebaseerd op de kennis ten tijde van publicatie en derhalve geen garantie zijn voor toekomstige ontwikkelingen. Voor een meer gedetailleerde bespreking van de risico's en andere factoren, wordt verwezen naar Ahold's Annual Report on Form 20-F voor haar meest recente boekjaar. Ahold verplicht zich niet tot publicatie van wijzigingen op de 'forward-looking statements' ten gevolge van gebeurtenissen of omstandigheden na de publicatiedatum van dit jaarverslag tenzij vereist ingevolge toepasselijk effectenrecht.
