

Heineken N.V. rapporteert sterke autonome nettowinstgroei van 35% over de eerste helft van 2007

Amsterdam, 29 augustus 2007 – Heineken N.V. heeft vandaag een sterke volume­groei en een autonome nettowinstgroei van 35% over de eerste zes maanden van 2007 bekendgemaakt. Alle regio's hebben aan het groter volume en de hogere winst bijgedragen.

Heineken bevestigt de verwachting van een autonome nettowinstgroei van 20-25% voor het gehele jaar 2007. De aan het begin van 2007 verwachte winststijging van 10-13% werd in juli naar boven bijgesteld, met name als gevolg van een hogere verkopen in de eerste maanden van 2007 door uitzonderlijk zacht weer in Europa.

Heineken zal op 20 september 2007 een verhoogd interimdividend van EUR 0,24 per aandeel uitkeren (in 2006 was dit EUR 0,16).

Kerncijfers¹

| | 1 ^e halfjaar 2007 | 1 ^e halfjaar 2006 | wijziging | Autonome groei |
|--|---------------------------------|---------------------------------|-----------|-------------------|
| | <i>(miljoen hl)</i> | <i>(miljoen hl)</i> | | |
| Groep biervolume | 68,1 | 62,8 | 8,5% | 7,6% |
| Geconsolideerd biervolume | 58,2 | 53,3 | 9,3% | 8,3% |
| | <i>(miljoen EUR)</i> | <i>(miljoen EUR)</i> | | |
| Opbrengsten | 6.127 | 5.738 | 6,8% | 8,0% |
| EBIT | 649 | 759 | -14,5% | - |
| EBIT (beia) | 906 | 726 | 24,8% | 26,8% |
| Nettowinst | 302 | 433 | -30,4% | - |
| Nettowinst (beia) | 548 | 410 | 33,6% | 35,2% |
| | <i>(EUR)</i> | <i>(EUR)</i> | | |
| Verwaterde winst per aandeel | 0,62 | 0,88 | -30,4% | |
| Verwaterde winst per aandeel (beia) | 1,12 | 0,84 | 33,6% | - |

- **Solide autonome EBIT (beia) groei van 27%:** De EBIT (beia) nam met 26,8% toe tot EUR 906 miljoen. De nettowinst (beia) steeg autonoom met 35%, met name door een stijging van de EBIT (beia) en door EUR 24 miljoen lagere financieringskosten. De gerapporteerde nettowinst was 30,4% lager als gevolg van bijzondere lasten van EUR 240 miljoen in 2007 vergeleken met EUR 28 miljoen aan bijzondere baten over de eerste helft van 2006.

¹ Voor een toelichting op de gebruikte terminologie, raadpleeg de woordenlijst aan het einde van het persbericht

- **Versnelde omzetgroei:** De omzet steeg autonoom met 8,0% dankzij hogere volumes, een betere verkoopmix en hogere prijzen. Het geconsolideerde biervolume bedroeg 58,2 miljoen hectoliter, een stijging met 9,3%. Van deze groei was 8,3% autonoom en had 1% betrekking op voor het eerst geconsolideerde volumes. De biermarkten profiteerden in de eerste maanden van 2007 van uitzonderlijk zacht weer in grote delen van Europa. Een sterke volume-groei werd gerealiseerd in Centraal- en Oost-Europa, Afrika en het Verre Oosten. Innovaties leverden opnieuw een positieve bijdrage: het volume van tapbier in nieuwe verpakkingsvormen, zoals het Tapvat, steeg ten opzichte van de eerste helft van 2006 met 20% tot 346.000 hectoliter.
- **Marktaandeel van het Heineken merk sterk gegroeid:** Het volume van het Heineken merk in het internationale premiumsegment steeg met 10,8% tot 12,1 miljoen hectoliter. Het marktaandeel van het merk in dit segment nam opnieuw toe. Het volume van Heineken Premium Light in de Verenigde Staten steeg met 30% tot 402.000 hectoliter.
- **F2F vaste kostenratio verder verlaagd:** De ratio van de F2F vaste kosten is verbeterd tot 31,5% (voor het gehele jaar 2006 was dit 33,1%). Fit2Fight, het driejarige programma van Heineken voor verlaging van de vaste kosten, heeft over de eerste zes maanden van 2007 tot verdere brutobesparingen van EUR 75 miljoen geleid. Voor het gehele jaar wordt een brutokostenbesparing van EUR 135-155 miljoen verwacht. Heineken verwacht dat de totale herstructureringskosten over de gehele driejarige looptijd van het Fit2Fight-programma zullen uitkomen op EUR 250-300 miljoen. Dit is een verlaging ten opzichte van de oorspronkelijke verwachting van EUR 325-375 miljoen.

Verklaring van de CEO

Jean-François van Boxmeer, voorzitter van de Raad van Bestuur en CEO, merkte op:

"In de eerste zes maanden van 2007 hebben we uitstekende voortgang geboekt met onze inspanningen om een meer prestatiegerichte bedrijfscultuur binnen Heineken te ontwikkelen. Zelfs wanneer we rekening houden met de uitzonderlijk gunstige weersomstandigheden in Europa in het afgelopen halfjaar, dan nog is de gerealiseerde groei boven verwachting.

De voortdurende aandacht die we aan onze topprioriteiten besteden, heeft geleid tot een sterke autonome omzetgroei en belangrijke voortgang in de realisatie van onze ambitieuze doelstellingen voor kostenbesparing.

Met een volume-groei in de dubbele cijfers en een toegenomen marktaandeel in het internationale premiumsegment ontwikkelde het Heineken merk zich opnieuw uitstekend

De gestegen bijdrage van onze activiteiten in Centraal- en Oost-Europa, Afrika en Azië laat zien dat wij een goede balans hebben tussen de winstgevendheid van onze ontwikkelde markten en het potentieel van onze opkomende markten.

Daarnaast ben ik er trots op dat we in de eerste helft van het jaar twee belangrijke stappen hebben gezet in de verder uitbouw van onze onderneming.

In de eerste plaats de vernieuwing van het contract met FEMSA in de Verenigde Staten voor 10 jaar. Dit stelt onze Amerikaanse operatie in staat om zich om te vormen tot een bedrijf met een volledig merkenportfolio.

In de tweede plaats onze beslissing om in Zuid-Afrika een brouwerij te bouwen nadat wij de controle over ons Amstel merk in dat land hebben teruggekregen. Hierdoor krijgen we in Zuid-Afrika een sterkere onderneming met een hogere winstgevendheid.

Heineken is nu slagvaardiger en meer prestatiegericht en ik heb er alle vertrouwen in dat we nu een uitstekende uitgangspositie hebben om onze wereldwijde activiteiten verder uit te breiden".

Winstverwachting voor het gehele jaar 2007

In juli heeft Heineken N.V. de prognose voor de autonome nettowinstgroei over 2007 naar boven bijgesteld tot 20-25%, als gevolg van de sterke groei van het volume en de omzet die met name in het eerste halfjaar in Centraal- en Oost-Europa, Afrika en Azië werd gehaald. Deze goede ontwikkeling was gedeeltelijk het gevolg van het uitzonderlijk zachte weer in de eerste vier maanden van 2007. Heineken verwacht dat de volumegroei in de tweede helft van 2007 zal worden voortgezet, zij het in een, relatief gezien, gematigder tempo, als gevolg van het wisselvallige weer aan het begin van het tweede halfjaar van 2007 in vergelijking met het sterke tweede halfjaar van 2006.

Het volume van het Heineken merk in het internationale premiumsegment is met 10,8% gegroeid, waarbij het marktleiderschap in dit segment nog verder is uitgebouwd. Het segment van internationale premiumbieren blijft sneller groeien dan de totale biermarkt en het Heineken merk verkeert in een prima positie om maximaal van deze trend te profiteren.

Heineken heeft zich volledig ingedekt voor de benodigde grondstoffen en verpakkingsmateriaal voor de rest van 2007. In lijn met de eerdere afgegeven verwachting van Heineken zullen de gemiddelde kosten van grondstoffen en verpakkingsmaterialen per hectoliter in 2007 met circa 8% stijgen als gevolg van de gestegen inkooprijzen. Het effect hiervan zal in de tweede helft van 2007 relatief groter zijn.

Het Fit2Fight-programma verloopt volgens schema en zal naar verwachting aan het einde van het jaar een cumulatieve brutobesparing van EUR 250-270 miljoen hebben opgeleverd. Dit komt overeen met 55-60% van de totale besparing van EUR 450 miljoen die in het kader van het gehele programma worden nagestreefd. Voor

het gehele jaar 2007 worden bijzondere lasten voor belastingen van EUR 65-100 miljoen verwacht.

Interimdividend

Heineken N.V. heeft aan het begin van het jaar het dividendbeleid gewijzigd, waarbij de dividenduitkering is verhoogd van 20-25% tot 30-35% van de nettowinst (beia). Het interimdividend werd daarbij vastgesteld op 40% van het totale dividend over het voorafgaande jaar. In overeenstemming hiermee wordt per aandeel van EUR 1,60 nominaal een interimdividend van EUR 0,24 betaalbaar gesteld op 20 september 2007. De aandelen Heineken N.V. zullen op 30 augustus 2007 ex-dividend worden genoteerd.

Persinformatie

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

Beleggers- en analisteninformatie

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

De persconferentie is vandaag live te volgen vanaf 09:30 CET via www.heinekeninternational.com. De analistenpresentatie wordt vanaf 12:30 CET op internet live uitgezonden. De conference call voor analisten en beleggers start om 16:00 CET en is eveneens via internet live te volgen. Alle presentaties kunnen gevolgd worden via de website en zijn na afloop te downloaden.

Bijlage: Verklarende woordenlijst

| | |
|--|---|
| Aandeel van de vaste kosten | Vaste kosten onder Fit2Fight als percentage van de opbrengsten |
| Amstel [®] volume | Het Groep biervolume van het Amstel [®] merk |
| Autonome groei | Groei exclusief de effecten van valutaomrekeningsverschillen, wijzigingen in de consolidatie, bijzondere posten, afschrijving op merken en stelselwijzigingen |
| Autonome volumegroei | Toename van het geconsolideerd volume exclusief het effect van acquisities die voor het eerst worden geconsolideerd |
| beia | Vóór bijzondere posten en afschrijving op merken |
| Capex | Investerings in materiële vaste activa |
| Depleties | Leveringen van distributeurs aan de detailhandel |
| Dividuitkering | Dividend als percentage van de nettowinst |
| EBIT | Winst voor rente, belastingen en netto financieringskosten |
| EBITDA | Winst voor rente, belastingen, netto financieringskosten en afschrijvingen |
| Effectief belastingtarief | Belastbare winst exclusief het resultaat van niet-geconsolideerde ondernemingen, dividendopbrengsten en bijzondere waardeverminderingen |
| Fit2Fight | Kostenbesparingsprogramma dat beoogt de vaste kosten in 2008 met EUR 200 miljoen te verlagen ten opzichte van 2005 |
| Geconsolideerd biervolume | 100% van het biervolume dat door volledig geconsolideerde ondernemingen gebrouwen en verkocht is, plus een deel van het volume dat door proportioneel geconsolideerde joint ventures gebrouwen en verkocht is |
| Gewogen gemiddelde van het aantal aandelen (basis) | Het gewogen gemiddelde van het aantal geplaatste aandelen, gecorrigeerd voor het gewogen gemiddelde van de aangekochte eigen aandelen over de betreffende periode |
| Gewogen gemiddelde van het aantal aandelen (verwaterd) | Gewogen gemiddelde van het aantal geplaatste aandelen |
| Groep biervolume | Het totaal van het volume van de Groep dat betrekking heeft op bier |
| Heineken [®] volume | Het Groep biervolume van het Heineken [®] merk |
| Heineken [®] volume in premiumsegment | Het groepsvolume van het Heineken [®] merk in het premiumsegment (exclusief het Heineken [®] volume in Nederland) |
| Kasconversieratio | Kasstroom uit operationele activiteiten / Nettowinst (beia) voor aftrek van minderheidsbelangen |
| Kasstroom uit operationele activiteiten | Het totaal van de kasstromen uit operationele activiteiten en operationele investeringsactiviteiten |

| | |
|------------------------------|---|
| Netto rentedekking | EBITDA / netto rentelasten |
| Netto schuldpositie | Langlopende en kortlopende rentedragende leningen, opgenomen gelden en rekening-courantkrediet banken, minus effecten en geldmiddelen |
| Nettowinst | Winst na aftrek van minderheidsbelangen (winst toe te rekenen aan aandeelhouders van de vennootschap) |
| Omzetgroei | Groei van de netto opbrengsten |
| Opbrengsten | Netto gerealiseerde verkoopopbrengsten in euro's |
| [®] | Alle in dit verslag genoemde merknamen, ook wanneer deze niet met [®] worden aangeduid, zijn gedeponeerde handelsmerken en als zodanig wettelijk beschermd |
| Regionaal biervolume | Het Groep biervolume in een regio (een regio is een indeling van landen in geografische eenheden, zoals gedefinieerd door Heineken) |
| Solvabiliteit | Netto schuldpositie / eigen vermogen |
| Totaal biervolume | Het Groep biervolume in een land |
| Totaal Groep volume | 100% van het volume aan bier, frisdrank en andere dranken dat door volledig geconsolideerde ondernemingen en door proportioneel geconsolideerde joint ventures geproduceerd en verkocht is, plus het volume aan merken van Heineken dat door derden in licentie geproduceerd en verkocht is |
| Vaste kosten onder Fit2Fight | Kosten inclusief personeelskosten, afschrijvingen, kosten voor reparatie en onderhoud en andere vaste kosten, maar zonder bijzondere lasten |
| Verwaterde winst per aandeel | Nettowinst gedeeld door het gewogen gemiddelde van het aantal uitgegeven aandelen (verwaterd) |
| Winst | Totale winst van de Groep voor aftrek van minderheidsbelangen |
| Winst per aandeel | Nettowinst gedeeld door het gewogen gemiddelde van het aantal aandelen (basis) |

Noot voor de redactie:

Heineken N.V. is de meest internationale brouwer ter wereld. Het Heineken merk is in bijna elk land ter wereld verkrijgbaar en de onderneming bezit meer dan 115 brouwerijen in meer dan 65 landen. Met een Groep biervolume van 132 miljoen hectoliters is Heineken qua winstgevendheid de tweede brouwer op de wereldbiermarkt. Heineken streeft ernaar uitstekende en duurzame financiële resultaten te behalen. Hiertoe brengt zij een portfolio van sterke lokale en internationale merken op de markt, met nadruk op het Heineken merk. Daarnaast is het strategische beleid gericht op een zorgvuldig geselecteerde combinatie van leidende marktposities in het standaardsegment en in premium segmenten, alsmede op een voortdurende strikte kostenbeheersing. In 2006 bedroeg de opbrengst EUR 12 miljard en de nettowinst (voor bijzondere posten en afschrijving merken) EUR 930 miljoen. Bij Heineken werken meer dan 57.500 mensen. De aandelen van Heineken N.V. en Heineken Holding N.V. worden verhandeld op Euronext Amsterdam. De aandelenkoersen kunnen op Bloomberg opgevraagd worden onder de fondscodes

HEIA NA en HEIO NA en op Reuters Equities 2000 Service onder HEIA.AS and HEHN.AS.

Aanvullende informatie kan opgevraagd worden via de website van Heineken:

<http://www.heinekeninternational.com>.