

Heineken N.V. maakt halfjaarresultaten 2014 bekend

Sterke autonome omzet- en winstgroei

Amsterdam, 20 augustus 2014 – Heineken N.V. (EURONEXT: HEIA; OTCQX: HEINY) heeft vandaag het volgende bekendgemaakt:

- De groepsomzet groeide autonoom met 4,6%; de omzet per hectoliter groeide autonoom met 1,5%
- Het groep biervolume groeide met 3,1% dankzij Afrika & Midden-Oosten, Noord- en Zuid-Amerika en West-Europa en een verbeterde trend in het tweede kwartaal in Azië-Pacific
- Het Heineken® volume in het premiumsegment steeg met 6,6% ten gevolge van sterke resultaten in belangrijke markten
- De innovatieratio steeg naar 7,4% en heeft €682 miljoen omzet bijgedragen
- De operationele winst van de groep (beia) groeide autonoom met 13%; de operationele winstmarge van de groep steeg met 130 basispunten
- Total Cost Management 2 (TCM2)-kostenbesparingen van €141 miljoen vóór belastingen in de eerste helft van 2014; driejarige TCM2-doelstelling van €625 miljoen eerder dan gepland bereikt.
- De nettowinst (beia) was €772 miljoen, een autonome stijging van 19%; de verwaterde winst per aandeel (beia) steeg met 14%
- Doelstelling voor de middellange termijn is een jaarlijkse stijging van de geconsolideerde operationele winstmarge (beia) met circa 40 basispunten; de stijging over 2014 zal naar verwachting iets boven dit streefgetal liggen

VERKLARING VAN DE CEO

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

"Met omzet- en winstgroei in bijna alle regio's is dit is een sterk halfjaarresultaat. Deze voortgang is het resultaat van voortdurende focus op onze strategie waarbij we continu investeren in onze merken en versterkte commerciële executie. Onze aandacht voor innovatie heeft ons in staat gesteld onze doelstelling voorbij te streven en een omzetbijdrage van €682 miljoen te leveren. Het Heineken® volume in het premiumsegment groeide met 6,6%, met sterke marktaandeel winsten in belangrijke markten zoals Frankrijk, Nigeria, Rusland, Brazilië en China. We hebben onze driejarige doelstelling voor kostenbesparingen van €625 miljoen zes maanden eerder gehaald dan was gepland. De economische vooruitzichten blijven gemengd en we verwachten in de tweede helft van het jaar enige tempering van de omzet- en winstgroei. We hebben er vertrouwen in dat ons sterke merkenportfolio, onze brede geografische spreiding en onze focus op kostenbeheersing zal resulteren in een gezonde omzet- en winstgroei in de rest van 2014 en daarna".

FINANCIEEL OVERZICHT

Financiële kerncijfers¹ (in miljoenen hl of miljoenen euro's, tenzij anders vermeld)	1e halfjaar 2014	1e halfjaar 2013	Totale groei %	Autonome groei %
Groepsomzet	10.196	10.339	-1,4	4,6
Groepsomzet/hl (in €)	90	93	-3,1	1,5
Operationele winst van de groep (beia)	1.560	1.448	7,7	13
Operationele winstmarge van de groep (beia)	15,3%	14,0%	130 bp	
Geconsolideerde omzet	9.274	9.354	-0,9	4,8
Geconsolideerde operationele winst (beia)	1.454	1.327	9,6	14

Geconsolideerde operationele winstmarge (beia)	15,7%	14,2%	150 bp	
Nettowinst (beia)	772	679	14	19
Nettowinst	631	639	-1,3	
Verwaterde winst per aandeel (beia) (in €)	1,34	1,18	14	
Vrije operationele kasstroom	571	178	>100	
Netto schuldpositie/EBITDA (beia) ²	2,5	2,9		

¹ Zie de Definities voor een toelichting op financiële prestatie-indicatoren niet overeenkomstig IFRS

² Inclusief acquisities en exclusief desinvesteringen op jaarbasis (pro forma)

VOORUITZICHTEN

(Op basis van geconsolideerde verslaglegging)

Omzetgroei: HEINEKEN heeft een solide omzetgroei laten zien in het eerste halfjaar. Hoewel de economische vooruitzichten gemengd blijven, verwacht HEINEKEN een positieve volumeontwikkeling in de rest van het jaar, met een iets lager onderliggend groeitempo dan in de eerste zes maanden van dit jaar. Deze volumegroei zal worden geleid door de opkomende markten in Afrika & Midden-Oosten, Azië-Pacific en Noord- en Zuid-Amerika.

HEINEKEN verwacht dat de groei van de omzet per hectoliter in de tweede helft van 2014 zal afvlakken ten opzichte van het eerste halfjaar, voornamelijk door een negatief netto-effect van veranderingen in de landenmix. Al met al verwacht HEINEKEN een gezonde autonome omzetgroei over het hele jaar 2014 met een ongunstig effect van valutaomrekeningsverschillen op de gerapporteerde omzet.

Aanhoudende margeverhoging: HEINEKEN streeft op middellange termijn naar een jaarlijkse verbetering van de operationele winstmarge (beia) met circa 40 basispunten. Dit streven wordt ondersteund door initiatieven voor omzetmanagement, doorlopende kostenbesparingen en de verwachte snellere groei in opkomende markten, waar de marges hoger zijn.

Over het gehele jaar 2014 wordt verwacht dat de marges hoger zullen zijn dan het verwachte niveau voor de middellange termijn.

HEINEKEN verwacht nog steeds een lichte verhoging van de uitgaven voor marketing- en verkoopkosten (beia) als percentage van de omzet in 2014 (2013: 12.6%) en de verwachting is dat inkooprijzen stabiel of iets lager zullen zijn in 2014 (exclusief het effect van valutaomrekeningsverschillen).

De groei van de geconsolideerde operationele winst (beia) zal in de tweede helft van het jaar gematigd zijn, veroorzaakt door lagere volume- en omzetgroei, de fasering van de kosten van het hoofdkantoor en andere kosten en een sterkere groei in de vergelijkbare periode in de tweede helft van 2013.

Valutaomrekeningsverschillen: Valutaomrekeningsverschillen zullen in 2014 een ongunstig effect hebben op de gerapporteerde omzet en winst. Gebaseerd op de spotkoersen van 15 augustus 2014 wordt nu verwacht dat het negatieve effect van valutaomrekeningsverschillen op de geconsolideerde operationele winst (beia) circa €70 miljoen zal bedragen (eerdere verwachting: €115 miljoen). Het negatieve effect op de nettowinst (beia) zal volgens de huidige verwachting circa €50 miljoen bedragen (eerdere verwachting: €75 miljoen).

Lagere financieringskosten: HEINEKEN verwacht nu een gemiddelde rentevoet van circa 4,0% (eerdere verwachting: 4,1%; 2013: 4,4%) ten gevolge van een lagere effectieve rente op uitstaande obligaties.

Effectief belastingpercentage: HEINEKEN verwacht nu voor 2014 dat het effectieve belastingpercentage (beia) aan de hoge kant van het eerder aangegeven spectrum van 28% – 30% zal liggen (2013: 28,7%).

Vergroting van de financiële flexibiliteit: HEINEKEN blijft gefocust op het bevorderen van een sterke kasstroom en op een gedisciplineerd werkkapitaalbeheer. Zoals eerder gemeld verwacht HEINEKEN eind 2014 zijn doelstelling te halen voor een netto schuldpositie/EBITDA (beia) ratio van minder dan 2,5.

De verwachting is nog steeds dat de kapitaalinvesteringen in materiële vaste activa in 2014 circa €1,5 miljard zullen bedragen (2013: €1,4 miljard). HEINEKEN verwacht over 2014 een kasconversieratio van minder dan 100% (2013: 84%).

OPERATIONELE ONTWIKKELINGEN IN DE GROEP

In het eerste halfjaar groeide de **groepsomzet** autonoom met 4,6% door een groei van het totale groepsvolume met 3,1% en een groei van de groepsomzet per hectoliter met 1,5%. In het tweede kwartaal groeide de omzet autonoom met 5,5%.

Het **groep biervolume** steeg in het eerste halfjaar autonoom met 3,1%, door positieve resultaten van hogere merkinvesteringen, een hogere innovatieratio en betere uitvoering van verkoopprocessen. Het biervolume had ook profijt van gunstige weersomstandigheden en het wereldkampioenschap voetbal, tegen een minder gunstige vergelijkbare periode vorig jaar. Dit leidde tot marktaandeelwinst in meerdere voor ons belangrijke markten, waaronder Nigeria, Vietnam, Frankrijk, Nederland, de Verenigde Staten, Spanje en Brazilië.

Het groep biervolume groeide in het tweede kwartaal met 4,5%, mede dankzij een gunstig effect van de late Pasen.

De **operationele winst van de groep (beia)** groeide autonoom met 13%, vooral ten gevolge van hogere omzetten en grotere kostenefficiëntie bij de productie, de logistiek en het hoofdkantoor, ten dele tenietgedaan door hogere geplande marketing- en verkoopkosten. De operationele winstmarge van de groep (beia) steeg in het eerste halfjaar met 130 basispunten, vooral dankzij Afrika & Midden-Oosten en Noord- en Zuid-Amerika.

Heineken® volume en innovatie (in miljoenen hl of in %)	2e kwartaal 2014	Autonome groei %	1e halfjaar 2014	Autonome groei %
Heineken® volume in premiumsegment	7,9	5,5	14,2	6,6
Afrika & Midden-Oosten	0,9	-3,5	1,7	4,8
Noord- en Zuid-Amerika	2,3	4,4	4,4	6,3
Azië-Pacific	1,5	3,7	2,9	-1,1
Centraal- en Oost-Europa	0,8	3,2	1,2	5,1
West-Europa	2,4	12	4,0	15
Innovatieratio			7,4%	140 bp

Het Heineken® volume in het premiumsegment groeide met 6,6% en met meer dan 5% indien het effect van accijnsgerelateerde voorraadafbouw in Frankrijk in januari 2013 buiten beschouwing wordt gelaten. Het Heineken® volume groeide met dubbele cijfers in West-Europa dankzij sterke onderliggende merkresultaten in Frankrijk, Spanje, Ierland, het Verenigd Koninkrijk en Portugal. Daarnaast keerde Heineken® in het tweede kwartaal terug naar groei in Azië-Pacific dankzij groei in China, Taiwan en Maleisië, die het lagere merkvolume in Vietnam ruimschoots compenseerde. Heineken® realiseerde in de eerste zes maanden ook een sterke merkgroei in Brazilië, Polen, Rusland, Duitsland, Nigeria, Mexico en Chili. De merkwaarde van Heineken® had opnieuw profijt van de wereldwijde campagne 'Open Your World'. In mei werd de commercial 'The City' gelanceerd in het kader van de campagneserie 'Cities of the World'. Deze volledig geïntegreerde campagne wordt ook geactiveerd via digitale innovatie en 'speciale editie'-flesjes.

De volumes van de wereldwijde merken Desperados, Affligem en Sol groeiden in de eerste helft van het jaar met dubbele cijfers, een weerspiegeling van HEINEKEN's grotere focus op het uitbouwen van de premium merkenportfolio. Het volume van cider groeide met 'mid-single digits', voornamelijk dankzij groei van het Strongbow merk.

HEINEKEN heeft zijn sterke focus op **innovatie** gehandhaafd. In het eerste halfjaar hebben we een aantal succesvolle innovaties geïntroduceerd, gebruikmakend van onze 'premium-led' portfolio met wereldwijde en lokale merken. Hierdoor steeg de innovatieratio naar 7,4% (vergelijkbare periode 2013: 6,0%) met een bijdrage van €682 miljoen aan omzet. In het eerste halfjaar hebben we in acht Europese landen Radler Zero (0,0% alcohol) op de markt gebracht.

Kostenbesparingen TCM2
(vóór belastingen)
(in miljoenen euro's)

1e halfjaar 2014

% van totale
besparing

Cumulatief
(sinds 1-1-2012)

% van totale
besparing

HEINEKEN	141	100%	637	100%
Afrika & Midden-Oosten	22	15%	101	16%
Noord- en Zuid-Amerika	36	26%	133	21%
Azië-Pacific	4	3%	20	3%
Centraal- en Oost-Europa	31	22%	127	20%
West-Europa	38	27%	178	28%
Hoofdkantoor	10	7%	78	12%

TCM2 heeft in de eerste helft van 2014 kostenbesparingen vóór belastingen ter waarde van €141 miljoen opgeleverd. Het aandeel van de supply chain-functie in deze kostenbesparingen was 75%. Hiermee komen de cumulatieve kostenbesparingen sinds het begin van 2012 op €637 miljoen, meer dan de doelstelling van €625 miljoen voor de drie jaar tot en met 2014.

HEINEKEN zal zich blijven concentreren op het vergroten van efficiënties in zijn kostenstructuur. Hieronder vallen het realiseren van voortdurende verbeteringen in productiviteit in de gehele supply chain functie, maar ook het optimaliseren van de organisatie en herstructureringen met als doel om de kosten structuur te optimaliseren. Daarnaast zal HEINEKEN het succes van de Global Business Services (GBS) organisatie verder uitbouwen door additionele kostenbesparingen te realiseren in centrale inkoop en door de geografische scope van HEINEKEN's shared services uit te breiden en meer activiteiten in die scope te betrekken. Deze en andere kosten-initiatieven, tesamen met effectief omzetmanagement zullen naar verwachting de basis leggen voor verdere uitbouw van de operationele winstmarge op de middellange termijn.

Het cumulatieve totaalbedrag van de opstartkosten voor GBS tot eind juni 2014 was €187 miljoen, waarvan €147 miljoen als last is opgenomen in de winst- en verliesrekening en €40 miljoen is geactiveerd.

INTERIMDIVIDEND

In overeenstemming met het geldende dividendbeleid stelt HEINEKEN het interimdividend vast op 40% van het totale dividend over het voorafgaande jaar. Derhalve wordt op 2 september 2014 een interimdividend uitgekeerd van €0,36 per aandeel van €1,60 nominaal. De aandelen worden ex-dividend genoteerd op 22 augustus 2014.

DEFINITIES

Autonome groei is exclusief het effect van valutaomrekeningsverschillen, wijzigingen in de consolidatie, stelselwijzigingen, bijzondere posten en amortisatie van acquisitiegereleerde immateriële activa. Beia verwijst naar financiële cijfers vóór bijzondere posten en amortisatie van acquisitiegereleerde immateriële activa. Groeps cijfers zijn inclusief het aan HEINEKEN toe te rekenen aandeel in joint ventures en geassocieerde deelnemingen. De groepsomzet in 2013 is aangepast ten opzichte van de halfjaarresultaten gepubliceerd op 21 augustus 2013 (zonder effect op de operationele winst van de groep (beia)). De licentievergoeding voor het Heineken® merk is per 1 januari 2014 verhoogd. Om een zinvolle vergelijking met de financiële cijfers en marges van vorig jaar mogelijk te maken, is de regionale impact gerapporteerd als een consolidatiewijziging in 2014.

INFORMATIE

Media

John Clarke

Head of External Communication

Christine van Waveren

Financial Communications Manager

E-mail: pressoffice@heineken.com

Telefoon: 020-5239355

Beleggers en analisten

George Toulantas

Director of Investor Relations

Sonya Ghobrial/Aarti Narain

Investor Relations Manager(s)

E-mail: investors@heineken.com

Telefoon: 020-5239590

Beleggersagenda Heineken N.V.

Trading update derde kwartaal 2014

22 oktober 2014

What's Brewing Seminar (Western Europe), Londen

19 november 2014

Conference call

HEINEKEN houdt vandaag om 10:00 uur Nederlandse tijd een conference call voor beleggers en analisten over deze trading update. De conference call wordt live uitgezonden via de website van Heineken: www.theheinekencompany.com/investors/webcasts. Na afloop kan de opgenomen conference call vanaf het bovengenoemde webadres opnieuw worden afgespeeld. Analisten en beleggers kunnen inbellen op de onderstaande telefoonnummers:

Nederland

Lokaal: 020 716 8257

Gratis nummer: 0800 020 2576

Verenigd Koninkrijk

Lokaal: +44 (0)20 3427 1905

Gratis nummer: 0800 279 4977

Verenigde Staten

Lokaal: +1 646 254 3361

Gratis nummer: 1 877 280 2296

Deelname- en bevestigingscode voor alle landen: 6275776

Noot voor de redactie:

HEINEKEN is een trotse, onafhankelijke, internationale brouwer die ernaar streeft de consument overal ter wereld te verrassen en te inspireren met zijn merken en producten. Het Heineken® merk, genoemd naar de familie die het bedrijf heeft opgericht, is in vrijwel alle landen ter wereld verkrijgbaar en geldt wereldwijd als het meest waardevolle premium biermerk. HEINEKEN streeft ernaar 's werelds meest prominente merkenportfolio op te bouwen en de toonaangevende bierbrouwer te zijn in alle markten waarin de onderneming opereert. HEINEKEN wil met het Heineken® merk winnen in alle markten, en in geselecteerde markten met een complete merkenportfolio. Het bedrijf is in ruim 70 landen actief en beschikt over meer dan 165 brouwerijen. HEINEKEN is de grootste brouwer van Europa en wereldwijd de tweede brouwer qua geconsolideerd volume. HEINEKEN streeft naar een verantwoorde marketing en consumptie van zijn meer dan 250 internationale premiummerken, regionale en lokale merken, speciaalbiere en ciders. Tot de merkenportfolio behoren Heineken®, Amstel, Anchor, Biere Larue, Bintang, Birra Moretti, Cruzcampo, Desperados, Dos Equis, Foster's, Newcastle Brown Ale, Ochota, Primus, Sagres, Sol, Star, Strongbow, Tecate, Tiger en Zywiec. Belangrijke merken van onze joint ventures zijn onder meer Cristal en Kingfisher. Bij HEINEKEN werken meer dan 81.000 mensen. De aandelen Heineken N.V. en Heineken Holding N.V. worden op de Amsterdamse beurs verhandeld. De aandelenkoersen kunnen op Bloomberg worden opgevraagd onder de fondscodes HEIA NA en HEIO NA en op Reuters Equities 2000 Service onder HEIN.AS en HEIO.AS. HEINEKEN heeft twee gesponsorde Level 1 American Depositary Receipt (ADR) programma's: Heineken N.V. (OTCQX: HEINY) en Heineken Holding N.V. (OTCQX: HKHHY).

Actuele informatie is beschikbaar op de website van HEINEKEN: www.theHEINEKENcompany.com. Volg ons op Twitter via @HEINEKENCorp.

Voorbehoud:

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