

Heineken N.V. maakt jaarresultaten over 2013 bekend:
**Verdere vooruitgang op strategische prioriteiten
in uitdagend jaar**

Amsterdam, 12 februari 2014 – Heineken N.V. heeft vandaag het volgende bekendgemaakt:

- De omzet groeide met 1,3%; autonome groei was 0,1% en de omzet per hectoliter groeide autonoom met 2,7%
- Betere resultaten in het tweede halfjaar met autonome groei van zowel omzet als operationele winst (beia) van 0,8% respectievelijk 1,5%
- Het Heineken® volume in het premiumsegment daalde met 1,8%, mede als gevolg van het effect van voorraadafbouw in Frankrijk en de Verenigde Staten; handhaving van onbetwiste leiderschapspositie in het internationale premiumsegment
- De operationele winst van de groep (beia) groeide met 2,8% (autonoom met 0,6%); de operationele winstmarge van de groep steeg met 20 basispunten
- Sterke resultaten van APB¹ met 14% autonome groei van operationele winst (beia) op pro forma basis
- TCM2-kostenbesparingen van €300 miljoen voor belastingen in 2013
- De nettowinst (beia) was €1.585 miljoen, 2% lager op autonome basis; de gerapporteerde nettowinst bedroeg €1.364 miljoen; de over 2012 gerapporteerde nettowinst was inclusief een herwaarderingsbate van €1.486 miljoen gerelateerd aan de acquisitie van APB
- De verwaterde winst per aandeel (beia) van €2,75 (2012: €2,89) is inclusief een negatief effect van €0,10 door de herziening van IAS 19 en valutaomrekeningsverschillen
- Het voorgestelde totaal dividend over 2013 is gelijk gebleven aan 2012 en bedraagt €0,89 per aandeel

VERKLARING VAN DE CEO

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

"2013 was een jaar met uitdagingen doordat tragere economische groei in enkele belangrijke markten en ongunstige ontwikkelingen in wet- en regelgeving het resultaat hebben beïnvloed. Wij hebben echter meer geïnvesteerd in ons portfolio met premiummerken en in innovatie. Dit heeft bijgedragen aan een hogere omzet per hectoliter en hogere marktaandelen in een aantal belangrijke markten. Onze volumeresultaten zijn in de tweede helft van het jaar verbeterd in de regio's West-Europa en in Afrika&Midden-Oosten. TCM2 heeft €300 miljoen aan kostenbesparingen gegenereerd, met een positief effect op de operationele winstmarges. De opkomende markten hebben weliswaar minder sterk gepresteerd dan verwacht, maar deze markten maken inmiddels bijna de helft van de groepsomzet uit en ze blijven een sterke basis voor groei op lange termijn. Om toekomstige groei te bevorderen zullen we blijven investeren in en aandacht besteden aan de uitvoering van onze strategische prioriteiten."

FINANCIËEL OVERZICHT

Financiële kerncijfers² <i>(in miljoenen hl of miljoenen euro's, tenzij anders aangegeven)</i>	Het gehele jaar 2013	Het gehele jaar 2012	Totale groei %	Autonome groei %
Groepsomzet	21.255	20.984	1,3	0,1
Groepsomzet/hl (in €)	92	90	2,3	2,7
Operationele winst van de groep (beia)	3.192	3.106	2,8	0,6
Operationele winstmarge van de groep (beia)	15,0%	14,8%	+20 bp	
Geconsolideerde omzet	19.203	18.383	4,5	-0,9
Geconsolideerde operationele winst (beia)	2.941	2.666	10	-0,7
Nettowinst (beia)	1.585	1.661	-4,6	-2,0
Nettowinst	1.364	2.914	-53	
Verwaterde winst per aandeel (beia) (in €)	2,75	2,89	-4,8	
Vrije operationele kasstroom	1.518	1.484	2,3	
Netto schuldpositie/EBITDA (beia) ³	2,6x	2,8x		

¹ Asia Pacific Breweries en Asia Pacific Investment Pte Ltd

² Zie de Definities voor een toelichting op financiële prestatie-indicatoren niet overeenkomstig IFRS; de financiële cijfers over 2012 zijn aangepast voor het effect van de herziening van IAS 19

³ Inclusief acquisities en exclusief desinvesteringen op jaarbasis (pro forma)

VERWACHTINGEN VOOR 2014

(Op basis van geconsolideerde verslaglegging)

In 2014 verwacht HEINEKEN dat een geleidelijk herstel in de wereldwijde economie rugwind zal geven aan verbeterde marktomstandigheden in verscheidene van haar belangrijke markten. Deze verbetering, samen met de voortzetting van onze focus op een effectieve uitvoering van onze strategische prioriteiten – **het Heineken® merk bovengemiddeld laten presteren in het premiumsegment; investeren in merken en innovatie voor groei; gebruikmaken van wereldwijde schaalgrootte om kostenefficiënties te behalen; kansen benutten in opkomende markten; persoonlijk leiderschap bevorderen en verdere inbedding van duurzaamheid in de gehele onderneming** – zal naar verwachting bijdragen aan betere resultaten in 2014 en een duurzame omzet- en winstgroei ondersteunen.

Hogere omzetgroei: HEINEKEN verwacht volumegroei in opkomende markten in Afrika&Midden-Oosten, Azië-Pacific en Latijns-Amerika en een lagere consumptie in Europa. Dit zal naar verwachting leiden tot een betere trend in de autonome volumeresultaten ten opzichte van 2013. Daarnaast wordt verwacht dat initiatieven voor omzetmanagement opnieuw hogere omzetten per hectoliter zullen opleveren, zij het met een gematigder groeitempo dan in 2013. Al met al zal dit naar verwachting leiden tot een autonome omzetgroei in 2014. De valuta's van opkomende markten blijven echter veranderlijk en op basis van de actuele spotkoersen zal dit naar verwachting een ongunstig effect hebben op de gerapporteerde omzet.

HEINEKEN is van plan de bestedingen voor marketing en verkoop (beia) als percentage van de omzet in 2014 licht te verhogen (2013: 12,6%). Dit is primair een gevolg van hogere geplande marketinginvesteringen in Europa, waar HEINEKEN zich richt op verdere ontwikkeling van premiummerken, innovatie en excellente uitvoering van verkoopprocessen.

Bevorderen van hogere marges: HEINEKEN streeft naar een geleidelijke en duurzame verbetering van de operationele winstmarge (beia) op middellange termijn. Dit streven wordt ondersteund door voortzetting van strikte kostenbeheersing, effectief omzetmanagement en de verwachte snellere groei van opkomende markten, waar de marges hoger zijn.

HEINEKEN verwacht de doelstelling van €625 miljoen aan TCM2-besparingen over de periode 2012-2014 in de loop van 2014 te realiseren. Een geïntensiverde focus op het behalen van kostenefficiënties zal naar verwachting resulteren in nieuwe mogelijkheden voor

herstructurering binnen de onderneming. HEINEKEN is met name van plan de Global Business Services organisatie nog meer in te zetten om versneld efficiëntievoordelen in Europa te behalen. Hiertoe worden de activiteiten van het HEINEKEN Global Shared Services Centre verbreed.

De verwachting van HEINEKEN is dat het totaal aantal medewerkers in 2014 autonoom zal dalen als gevolg van doorlopende initiatieven voor productiviteitsverbetering. HEINEKEN verwacht dat de inkooprijzen in 2014 stabiel of iets lager zullen zijn (exclusief effecten van valutaomrekeningsverschillen).

Valutaomrekeningsverschillen: Valutaomrekeningsverschillen zullen in 2014 een ongunstig effect hebben op zowel omzet als winst. Gebaseerd op de spotkoersen van 10 februari 2014, zal het negatieve effect op de geconsolideerde operationele winst (beia) circa €115 miljoen bedragen. Het effect op de nettowinst (beia) zal naar schatting circa €75 miljoen zijn.

Vergroting van de financiële flexibiliteit: HEINEKEN handhaaft haar focus op het genereren van kasstromen en op een gedisciplineerd werkkapitaalbeheer. HEINEKEN blijft gecommitteerd aan het behalen van haar langetermijndoelstelling voor een netto schuldpositie/EBITDA (beia) ratio van minder dan 2,5x aan het eind van 2014. In 2014 zullen de kapitaalinvesteringen in materiële vaste activa naar verwachting circa €1,5 miljard bedragen (2013: €1,4 miljard). Deze stijging is primair een gevolg van investeringen in extra brouwcapaciteit en commerciële middelen om de verwachte groei in opkomende markten te ondersteunen. Hierdoor verwacht HEINEKEN dat de kasconversieratio in 2014 lager dan 100% zal zijn (2013: 84%).

Rentevoet: HEINEKEN voorspelt voor 2014 een gemiddelde rentevoet van circa 4,1% (2013: 4,4%) ten gevolge van gemiddeld lagere couponrentes op uitstaande obligaties.

Effectief belastingpercentage: HEINEKEN verwacht voor 2014 een effectief belastingpercentage (beia) tussen de 28% en 30%, in grote lijnen gelijk aan 2013 (28,7%).

OPERATIONELE ONTWIKKELINGEN IN DE GROEP

Ondanks moeilijke omstandigheden in de biermarkt van meerdere belangrijke landen is HEINEKEN in 2013 blijven investeren in haar portfolio met premiummerken en in versteviging van haar marktposities. Dit werd gerealiseerd door hogere marketinginvesteringen om de merkwaarde te vergroten en effectieve uitvoering in de markt te bevorderen. Hierdoor werd marktaandeelwinst behaald in de belangrijke markten Mexico, Vietnam, Rusland, Frankrijk en de Verenigde Staten. HEINEKEN heeft in de sneller groeiende markten van Azië-Pacific, Noord- en Zuid-Amerika en Afrika&Midden-Oosten extra capaciteit toegevoegd om maximaal profijt te behalen uit de huidige en toekomstige groeikansen in deze regio's. APB heeft het sterke groeimomentum gehandhaafd en is met succes geïntegreerd in de regio Azië-Pacific van HEINEKEN. De voortdurende focus van HEINEKEN op omzetmanagement en gedisciplineerde kostenbeheersing heeft geleid tot een hogere omzet per hectoliter en vergroting van de operationele winstmarge.

De groepsomzet groeide autonoom met 0,1%, waarbij een lager volume werd gecompenseerd door hogere prijzen en een positieve omzetmix, met als gevolg dat de groepsomzet per hectoliter met 2,7% is gegroeid. Het **groep biervolume** daalde met 2,7%, doordat broze economische omstandigheden, hogere accijnzen en andere ongunstige ontwikkelingen in wet- en regelgeving leidden tot lagere consumentenbestedingen in Europa. Daarnaast werd de volumeontwikkeling in belangrijke opkomende markten gehinderd door tragere economische groei en maatschappelijke onrust. In de tweede helft van het jaar groeide de groepsomzet autonoom met 0,8% ten gevolge van verbeterde marktomstandigheden in West-Europa en verscheidene belangrijke markten in de regio Noord- en Zuid-Amerika en de regio Afrika&Midden-Oosten.

De operationele winst van de groep (beia) groeide autonoom met 0,6%, doordat de positieve effecten van hogere omzetten en TCM2-kostenbesparingen gedeeltelijk teniet werden gedaan door hogere kosten voor marketing en verkoop en hogere inkoopkosten. De operationele winst van de groep (beia) groeide in opkomende markten rond 3% op autonome basis, met name door sterke winst contributies van Mexico, Nigeria en de APB markten. Dit werd gedeeltelijk getemperd door lagere winstgevenheid in een aantal belangrijke markten in Centraal- en Oost-Europa. De operationele winstmarge van de groep (beia) steeg met 20 basispunten naar 15,0%, inclusief een positief effect van de volledige consolidatie van APB, dat hogere marges kent.

Heineken® (in miljoenen hl of in %)	Vierde kwartaal 2013	Autonome groei %	Het gehele jaar 2013	Autonome groei %
Heineken® in premiumsegment	7,2	-3,1	28,1	-1,8
Afrika&Midden-Oosten	1,0	-4,7	3,5	0,8
Noord- en Zuid-Amerika	2,3	-2,0	8,5	-2,1
Azië-Pacific	1,7	-0,3	6,1	0,5
Centraal- en Oost-Europa	0,5	6,1	2,4	0,6
West-Europa	1,7	-8,5	7,6	-5,1

Het Heineken® volume in het internationale premiumsegment daalde in 2013 met 1,8% tegenover een sterke groei van 5,3% in het voorgaande jaar. Dit resultaat is een gevolg van lagere volumes in de belangrijke markten de Verenigde Staten, Vietnam en Frankrijk, waarbij laatstgenoemde markt vooral werd beïnvloed door het effect van voorraadafbouw na een substantiële accijnsverhoging in januari 2013. Het Heineken® merk heeft solide resultaten behaald in Nigeria, Zuid-Afrika, Rusland, Chili, Mexico, Brazilië, China, Zuid-Korea, Oostenrijk en Duitsland. In China bereikte Heineken® een belangrijke mijlpaal door een merkvolume van meer dan 1 miljoen hectoliter te realiseren. In Frankrijk behaalde het Heineken® merk voor het eerst de leidende marktpositie qua volume in de biercategorie. Heineken® handhaaft zijn duidelijke marktleiderschap in het internationale premiumsegment met een marktaandeel in de categorie van 20%, gesteund door het succes van de wereldwijde campagne 'Open Your World'.

Het volume van **Strongbow**, ons leidende cidermerk, daalde met 2% ten gevolge van een lager volume in het Verenigd Koninkrijk en Zuid-Afrika, gedeeltelijk gecompenseerd door een solide merkgroei in de Verenigde Staten en het Caribisch gebied. In 2013 werd Strongbow in Mexico gelanceerd, terwijl in het Verenigd Koninkrijk met succes een reeks smaakvarianten voor de merken Strongbow en Bulmers werd geïntroduceerd.

Het volume van **Desperados**, ons bier met tequilasmaak waarop een hoge marge wordt behaald, groeide met 2% na een sterk merkresultaat in het Verenigd Koninkrijk, België, Duitsland en het Caribisch gebied, gedeeltelijk tenietgedaan door lagere volumes in Frankrijk en Polen. Desperados is bovendien in nog eens 4 nieuwe markten gelanceerd, waardoor het merk nu in meer dan 60 landen verkrijgbaar is.

In 2013 heeft HEINEKEN haar toegenomen schaalgrootte aangewend om de uitrol van wereldwijde en lokale merkinnovaties naar meerdere markten te ondersteunen. Dit leidde tot een **innovatieratio** van 5,9% (2012: 5,3%) en een bijdrage van €1,1 miljard aan de omzet over 2013. In 19 markten werden 'Radler' bieren gelanceerd, zodat dit product nu verkrijgbaar is in 31 markten verspreid over al onze 5 regio's. De SUB®, een nieuw tapbiersysteem, werd gepresenteerd om profijt te halen uit de snelgroeïende markt voor thuis tappen. Het systeem zal in 2014 in meerdere landen op de markt worden gebracht.

Kostenbesparingen TCM2 (vóór belastingen) <i>(in miljoenen euro's)</i>	Het gehele jaar 2013	% van totale besparing	Cumulatief (sinds 2012)	% van totale besparing
HEINEKEN	300	100	496	100
Afrika& Midden-Oosten	58	19	79	16
Noord- en Zuid-Amerika	69	23	97	20
Azië-Pacific	16	5	16	3
Centraal- en Oost-Europa	47	16	96	19
West-Europa	68	23	140	28
Hoofdkantoor	43	14	68	14

TCM2 heeft in 2013 kostenbesparingen opgeleverd van €300 miljoen voor belastingen. Het aandeel van de functies 'supply chain' en 'commerce' in de gerealiseerde kostenbesparingen bedroeg 71% respectievelijk 9%. Besparingen op vaste kosten maken circa 60% van de totale kostenbesparingen uit; deze werden vooral in de functies supply chain, commerce en global support gerealiseerd.

Zoals eerder aangekondigd intensiveert HEINEKEN de inspanningen om de operationele efficiëntie in Europa te vergroten door middel van het optimaliseren van structuren en andere reorganisatieactiviteiten. In het vierde kwartaal van 2013 zijn in Frankrijk, Griekenland en het Verenigd Koninkrijk reorganisatieprogramma's uitgevoerd, resulterend in bijzondere lasten voor belastingen in 2013 van €99 miljoen (waarvan €61 miljoen met feitelijke kasstromen). Deze lasten zijn hoger dan de eerder aangekondigde bijzondere lasten geraamd op €70 miljoen, voornamelijk door de vervroegde uitvoering van geplande reorganisaties in Griekenland.

De Global Business Services organisatie (GBS) is een onverminderd belangrijke facilitator voor kostenbesparingen in het TCM2 programma. HEINEKEN Global Procurement (HGP) heeft opnieuw belangrijke kostenbesparingen opgeleverd dankzij centrale onderhandelingen en inkoopactiviteiten ten behoeve van zowel productgerelateerde uitgavenposten als uitgavenposten die niet rechtstreeks aan producten gerelateerd zijn. Daarnaast hebben inmiddels 14 van de 24 werkmaatschappijen in Europa de financiële transactieprocessen met succes gemigreerd naar het HEINEKEN Global Shared Services Centre (HGSS) in Polen, terwijl de planning is dat de overige werkmaatschappijen deze processen uiterlijk eind 2014 naar HGSS zullen migreren. HEINEKEN heeft het voornemen de schaalbaarheid van GBS nog beter te benutten door middel van verbreding van de activiteiten die door HGSS worden uitgevoerd. Dit heeft primair betrekking op processen op het gebied van inkoop, orderafhandeling en standaard verslagleggingsactiviteiten van werkmaatschappijen. Alle werkmaatschappijen in Europa zullen deze nieuwe activiteiten uiterlijk eind 2015 naar HGSS hebben gemigreerd.

In 2013 bedroegen de kosten in verband met de oprichting van de GBS organisatie €67 miljoen (€51 miljoen opgenomen als exploitatielast en €16 miljoen aan geactiveerde kosten voor IT-infrastructuur). Hiermee kwam het cumulatieve totaalbedrag van de opstartkosten voor GBS aan het eind van 2013 op €169 miljoen, waarvan €133 miljoen als een last in de winst- en verliesrekening is opgenomen en €36 miljoen is geactiveerd. Vanaf 2014 zullen naar verwachting verdere herstructureringen plaats vinden als gevolg van de geplande migratie van extra processen en activiteiten van werkmaatschappijen naar HGSS. De kosten die hiermee gemoeid zijn zullen worden opgenomen als een bijzondere post en niet als een terugkerende last.

TOTAAL DIVIDEND OVER 2013

Het dividendbeleid van Heineken N.V. is om een dividend van 30% tot 35% van de nettowinst (beia) over het gehele jaar uit te keren. Aan de jaarlijkse Algemene Vergadering van Aandeelhouders zal worden voorgesteld om over 2013 een totaal dividend in contanten uit te keren van €0,89 per aandeel van €1,60 nominaal (totaal dividend 2012: €0,89). Als dit voorstel wordt goedgekeurd, zal op 8 mei 2014 een slotdividend van €0,53 per aandeel worden uitgekeerd, aangezien op 3 september 2013 al een interimdividend van €0,36 werd uitgekeerd. Op de dividenuitkering wordt 15% Nederlandse dividendbelasting ingehouden. De aandelen Heineken N.V. worden op 28 april 2014 ex-slotdividend genoteerd.

DEFINITIES

Autonome groei is exclusief het effect van valutaomrekeningsverschillen, wijzigingen in de consolidatie, bijzondere posten en amortisatie van acquisitiegerelateerde immateriële activa. Beia verwijst naar financiële cijfers vóór bijzondere posten en amortisatie van acquisitiegerelateerde immateriële activa. Groeps cijfers zijn geconsolideerde cijfers plus het toe te rekenen aandeel in de cijfers van joint ventures en geassocieerde deelnemingen. Bij de berekening van autonome groeicijfers is verondersteld dat het joint venture-aandeel van HEINEKEN in APB (41,9%) vóór consolidatie gehandhaafd blijft tot 15 november 2013. In de autonome groei van het geconsolideerde volume, de geconsolideerde omzet en de geconsolideerde operationele winst (beia) is alleen een effect van APB over de periode van 16 november tot en met 31 december 2013 in aanmerking genomen. Berekeningen van autonome groeicijfers zijn aangepast voor de eerdere vertraging van 3 maanden in de verslaglegging over APB, zonder aanpassing voor 2012. De vergelijkende financiële cijfers over 2012 zijn aangepast voor het effect van de herziening van IAS 19. In 2013 is het eerste effect van de herziening van IAS 19 op operationele winst (beia), EBIT (beia), nettowinst (beia) en winst per aandeel (beia) opgenomen als een niet-autonome post.

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 Managers

E-mail: investors@heineken.com

Telefoon: 020-5239590

BELEGGERSAGENDA HEINEKEN

What's Brewing Seminar, Asia Pacific, Londen	21 maart 2014
Trading update eerste kwartaal 2014	24 april 2014
Jaarlijkse Algemene Vergadering van Aandeelhouders	24 april 2014
What's Brewing Seminar, Londen	19 juni 2014
Halfjaarresultaten 2014	20 augustus 2014
Trading update derde kwartaal 2014	22 oktober 2014
What's Brewing Seminar, Londen	19 november 2014

CONFERENCE CALL

HEINEKEN houdt vandaag om 10:00 uur Nederlandse tijd een conference call voor beleggers en analisten over de jaarresultaten van 2013. 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 8296

Gratis nummer: 0800 020 2577

Verenigd Koninkrijk

Lokaal: +44 (0)20 3427 1904

Gratis nummer: 0800 279 4977

Verenigde Staten

Lokaal: +1 212 444 0895

Gratis nummer: 1 877 280 2342

Deelname- en bevestigingscode voor alle landen: 3999957

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 haar 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 het bedrijf opereert. HEINEKEN wil met het Heineken® merk winnen in alle markten en met een complete merkenportfolio winnen in geselecteerde markten. Het bedrijf is in ruim 70 landen actief en beschikt over meer dan 165 brouwerijen. Qua volume is HEINEKEN de grootste brouwer van Europa en de derde brouwer wereldwijd. HEINEKEN streeft naar een verantwoorde marketing en consumptie van haar 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 85.000 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.

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.