

FEMSA y Heineken unen fuerzas en los Estados Unidos

**Acuerdo brinda a FEMSA una excelente
plataforma comercial y aumenta liderazgo de
Heineken USA en el segmento clave de cervezas
importadas en Estados Unidos**

Monterrey, México y Amsterdam, Holanda – Junio 21, 2004 – Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V. (“FEMSA”) (NYSE: FMX; BMV: FEMSA UBD, FEMSA UB), y Heineken NV (“Heineken”) (AEX: HEIN) anunciaron hoy que FEMSA Cerveza y Heineken USA han llegado a un acuerdo definitivo que otorga a Heineken USA los derechos exclusivos para importar, promover y vender las marcas de cerveza de FEMSA en los Estados Unidos.

El acuerdo por tres años firmado entre Wisdom Import Sales LLP, subsidiaria de FEMSA Cerveza, y Heineken USA se espera inicie su vigencia a finales del año, 120 días después de que FEMSA cierre la recompra del 30% de FEMSA Cerveza, ya anunciada. Al término de los tres años ambas partes evaluarán la forma en la que continuarán con esta relación comercial.

Bajo los términos y condiciones del acuerdo, Heineken USA tomará responsabilidad por la promoción, ventas y distribución de las marcas *Tecate*, *Dos Equis*, *Sol*, *Carta Blanca* y *Bohemia* en todo el territorio estadounidense.

Contactos para inversionistas:

Juan F. Fonseca
(52) 818-328-6245
juan.fonseca@femsa.com.mx

Alan Alanís
(52) 818-328-6211
alan.alanis@femsa.com.mx

Contactos para medios:

Jaime Toussaint
(52) 818-328-6202
jtouelo@femsa.com.mx

Carolina Alvear
(52) 818-328-6273
calvsev@femsa.com.mx





Sentido estratégico para FEMSA

Las marcas de FEMSA tradicionalmente han sido exitosas en el suroeste de los Estados Unidos, y la unión de fuerzas con Heineken proporcionará el impulso comercial requerido para expandir el enfoque al este del río Mississippi y aprovechar al máximo el potencial de las marcas.

Adicionalmente, los atributos y posicionamiento de las marcas de Heineken en los Estados Unidos se complementan perfectamente con los de las de FEMSA, de tal forma que el portafolio combinado contará con los elementos necesarios para atender todo el abanico de segmentos y preferencias del mercado de cervezas importadas en E.U.

Sentido estratégico para Heineken

La estrategia de Heineken en E.U. es hacer crecer sus marcas “premium” dentro del segmento de importadas, el de mayor crecimiento en ese país. Expandir su portafolio con las fuertes marcas “premium” y especiales de FEMSA hace perfecto sentido estratégico. Heineken USA se beneficiará de una mayor escala y de un más amplio portafolio de marcas, permitiéndole incrementar su liderazgo en el segmento de importadas.

Las cervezas mexicanas han ganado popularidad con los consumidores norteamericanos más allá de cualquier relación de geografía o de tradición por país de procedencia. Las marcas mexicanas de FEMSA son un fuerte complemento para la ya exitosa mancuerna de *Heineken* y *Amstel Light*. Además, a través de las marcas de FEMSA, Heineken podrá participar en forma más amplia en el mercado latino de los Estados Unidos, el segmento demográfico de mayor crecimiento en ese país.

Las marcas de FEMSA añaden aproximadamente 1.8 millones de hectolitros al volumen de Heineken en los Estados Unidos, llevando el volumen total de Heineken en ese mercado a 7.9 millones de hectolitros (+28 %). La participación combinada de mercado en el segmento norteamericano de cervezas importadas será de aproximadamente 26%.



Javier Astaburuaga, director general operativo de FEMSA Cerveza, comentó: “Estamos muy complacidos con el acuerdo logrado. Sumar fuerzas con Heineken representa la mejor oportunidad para la distribución y promoción de nuestras marcas en el mercado clave de los Estados Unidos. Nuestros portafolios son muy complementarios, y estamos convencidos de que la combinación de nuestras cervezas de gran calidad y reconocidas marcas, con la excelente ejecución de Heineken en el mercado, resultará en una fórmula ganadora.”

Marc Bolland, miembro del Consejo Ejecutivo de Heineken NV comentó: “El acuerdo anunciado el día de hoy incrementará nuestro liderazgo en el segmento de importadas en los Estados Unidos. Heineken USA se beneficiará de contar con un más amplio portafolio de fuertes marcas “premium” y una mayor escala.”

##

FEMSA es la empresa integrada de bebidas líder en América Latina. Sus principales unidades de negocios son: Coca-Cola FEMSA, el embotellador de productor Coca-Cola más grande en la región; FEMSA Cerveza, la segunda empresa cervecera más grande en México y un importante exportador de cerveza a los Estados Unidos y otros países del mundo; y Oxxo que maneja más de 2,800 establecimientos a nivel nacional, los cuales integran la cadena de tiendas de conveniencia más extensa y con mejor cobertura en México. Para más información sobre FEMSA, favor de visitar la página www.femsa.com.

Heineken N.V. es la cervecera más internacional del mundo. La marca Heineken se vende en más de 170 países y la compañía posee una cantidad superior a 115 cerveceras en más de 65 países. En Utilidad, con un volumen total de 109 millones de hectolitros Heineken se encuentra en la segunda posición en el mercado cervecero mundial. Heineken se esfuerza por tener un excelente funcionamiento financiero productivo, comercializando un portafolio de marcas locales e internacionales con fuerte énfasis en la marca Heineken, a través de una selección cuidadosa de combinación de posiciones de liderazgo amplias y segmentadas, y enfocándose continuamente en el control de costos. En el 2003 las ventas netas aumentaron a 9.3 billones de EUROS y la utilidad neta a 798 millones de EUROS. Heineken emplea a más de 60,000 personas. Para más información sobre Heineken NV, favor de visitar la página www.heinekeninternational.com.