

## Pınar Su'nun Rekabet Avantajları

Pınar Su'nun rekabet avantajlarının temel bileşenlerini;

- yüksek kalite standartları,
- lojistik gücü,
- dünya ve ülke trendleri ile tüketici eğilim ve tercihlerini ürüne dönüştürme yetkinliği oluşturmaktadır.

### Marka Bilinirliği

- Pınar markasına duyulan güven duygusunun pekiştirdiği yüksek marka değeri
- PET ve PC kategorilerinde ilk akla gelen 2 marka içinde (Nielsen Markalar Araştırması)
- Ambalajlı su kategorisinde müşteri memnuniyetinde lider marka <sup>(1)</sup>

### Dağıtım ve Hizmet Ağı

- Türkiye geneline dağılmış bayilerden oluşan satış ve dağıtım ağı
- Sipariş hattı uygulaması
- Alternatif sipariş mecraları
- Online sipariş sistemi
- iPhone uygulaması ile sipariş

### Kalite

- TSE-ISO-EN 9000 Kalite Yönetim Sistemi Belgesi
- TSE-ISO-EN 14000 Çevre Yönetim Sistemi Belgesi
- TSE-İSG-OHSAS 18001 İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi Belgesi
- TSE-ISO-EN 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi Belgesi
- TSE-ISO-EN 10002 Müşteri Memnuniyeti Yönetim Sistemi Belgesi
- NSF International Kalite Sertifikasyonu

### Üretim

- En doğal ve hijyenik koşullarda tüketiciye ulaşan kaynak suyu
- Hedef pazarlara yakın 3 kaynaktan üretim yapmanın sağladığı lojistik avantaj
- Su kategorisinde tüketicinin tercih edebileceği tüm ambalaj seçeneklerinde (PET, Damacana, Cam) ürün sunabilme yetkinliği
- Know-how gücü
- Clean Room teknolojisi
- Ölçek büyüklüğü ve marka değerinin katkısıyla sağlıklı ve sürdürülebilir tedarikçi işbirlikleri

### Ürün Portföyü

- Madran, Gökçe ağaç ve Akçaağaç doğal su kaynaklarından pazardaki tüm SKU'larda üretim
- Sade ve aromalı maden suyu <sup>(2)</sup>

## Paylaşılan Değer

- Rekabetçi ürünleri ile piyasanın gelişmesini sağlamakta, piyasadaki konumu ile farklılaşmaktadır.
- Otuza yakın ülkeye ihracat yaparak paydaşlarına ve ekonomiye katma değer sunmaktadır.
- Ödediği vergi ve sağladığı istihdam ile Türkiye ekonomisine katkıda bulunmaktadır.
- Önemli miktarda ambalaj atığının geri dönüşümünü sağlayarak temiz bir çevre için çalışmaya devam etmektedir.

<sup>(1)</sup> KalDer, 2011 ve 2012 2. Çeyrek Müşteri Memnuniyeti Anketi

<sup>(2)</sup> Pınar Su, 2013 yılında; sade ve aromalı maden sularını tüketicilerine sunmuştur.