

YÖNETİM KURULU BAŞKANI'NIN MESAJI



DEĞERLİ PAYDAŞLARIMIZ,

gelecek

YÜKSEK KALİTE STANDARTLARI VE HİJYEN TÜKETİCİLERİMİZE KARŞI DEĞİŞMEZ VE EN ÖNEMLİ TAAHHÜDÜMÜZDÜR. TÜKETİCİLERİMİZİ HER ZAMAN SAĞLIKLA BULUŞTURMAYA VE ONLARIN "YAŞAM PINARI" OLMAYA DEVAM EDECEĞİZ.

Bilindiği üzere 7 yıl önce başlayan ve küresel ekonominin dengelerini değiştiren krizin etkileri azalarak da olsa devam etmektedir. 2014 yılı küresel ekonomik aktivitenin tedrici bir şekilde toparlandığı bir yıl olmakla birlikte, ABD ekonomisi pozitif ekonomik görünümüyle diğer gelişmiş ekonomilerden ayrılmış, Avro Bölgesi'ndeki kırılganlık, alınan tedbirlere karşın bir risk unsuru olarak varlığını sürdürmüştür.

Türkiye, küresel ekonomik krizden en hızlı çıkan ve son dönemlerdeki ekonomik belirsizlikten göreceli olarak daha az etkilenen ülkeler arasında yer almakla birlikte, 2014'te büyümesini azalan bir ivmeyle sürdürebilmiş, bir önceki yıl %4,1 gerçekleşen GSYH büyümesi 2014'ün ilk dokuz ayında %2,8 olarak gerçekleşmiştir. Hükümet'in Orta Vadeli Programı'na göre 2014 yılı için %3,3 tahmin edilen büyüme, 2015 yılı için %4 öngörülmektedir. Özellikle son aylarda belirginleşen petrol fiyatlarındaki düşüşün önümüzdeki dönemde hem cari işlemler açığı hem de enflasyon üzerinde olumlu yansımalarının olması beklenmektedir.

Küresel belirsizlikler, kritikleşen riskler ve artan rekabete karşın ülkemiz, ekonomik göstergeleri, jeopolitik konumu, dinamik iç pazarı ve genç nüfusu ile yüksek bir potansiyele sahip olmaya devam etmektedir.

Sektör kapasitesi potansiyel talebi karşılayabilecek seviyededir.

Ülkemizde ambalajlı su pazarının 2014 yılı itibarıyla 4,6 milyon TL'lik bir büyüklüğe ulaştığı tahmin edilmektedir. Kişi başı tüketim ise 137 lt seviyesinde gerçekleşmiştir.

Cam damacana ile polikarbon damacana arasında ürün hijyeni ve mikrobiyolojik koşullar açısından herhangi bir farklılık bulunmamasına karşın, tüketicilerin sağlık algısı ve polikarbon damacana ile ilgili yanlış bilgilendirmeler damacana pazarının özellikle ülkemizin batısında %5 daralmasına sebep olurken, tüketicilerin cam ambalajlı ürünlere yöneliminde artış izlenmektedir. Hijyen problemi esas olarak kayıtdışı üretimden kaynaklanmaktadır. Düşük fiyatlı bir ürün olmasına rağmen fiyat hassasiyetinin yüksek olduğu bir piyasa olan ambalajlı su sektöründe tüketicinin genel olarak bilinçlenmesini sağlayacak adımların atılmasının, gerek pazar büyümesi gerekse de tüketici sağlığı açısından büyük önem taşıdığına inanıyoruz.

Sağlık Bakanlığı ruhsatına sahip yaklaşık 300 su işletmecisinin bulunduğu sektörümüzde mevcut endüstriyel kapasite kullanım oranının %40 seviyelerinde olduğu görülmektedir. Ülkemizde ambalajlı su tüketiminin artması durumunda sektörümüz mevcut kurulu kapasite ile bu ihtiyacı rahatlıkla karşılayabilecek durumdadır.

TÜRKİYE'NİN İLK AMBALAJLI SU MARKASI PINAR SU, 31 YILLIK TECRÜBE VE UZMANLIĞINI KOŞULSUZ MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ PRENSİBİ İLE BİRLEŞTİRMEKTE VE ÜRÜNLERİNİ TÜKETİCİLERİNE SUNMAKTADIR.

Suyun kullanım yaygınlığı ve insan hayatındaki önemi düşünüldüğünde lojistik faaliyetlerdeki hijyen koşulları hassasiyetle yaklaşılması gereken bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Sağlık Bakanlığı'nca 2014 yılının sonunda yürürlüğe konulan "Ambalajlı Su Satış Yerleri ve Ambalajlı Su Nakil Araçları Tebliği"ndeki uygulamalarla taşıma ve stoklama koşullarında ortaya çıkabilecek sorunların önemli oranda çözüm bulacağını düşünüyoruz. Tebliğin, ambalajlı suyun kaynağından tüketiciye ulaşınca kadar her aşamada kalitenin korunmasına katkı sağlamasını umuyoruz.

2014 yılında büyümeyi sürdürdük.

Pınar Su 2014 yılını 2013 yılına göre tonaj bazında %9, ciro bazında ise %20,3 büyüme ile tamamlamıştır.

Üretimdeki yüksek kalite standartlarını korumak ve geliştirmek amacıyla, modernizasyon ve kapasite artışı yatırımlarına 2014 yılında da devam edilmiş, maliyet optimizasyonu ve iş süreçlerinde elde edilen sürdürülebilir iyileştirmeler ile brüt kâr bir önceki yıla göre %27,1 seviyesinde artış göstererek 56,8 milyon TL'ye ulaşmıştır.

2014 yılında Pınar Su'nun PET segmentindeki pazar payı, yoğun rekabete karşın %6,4 olarak kaydedilmiştir.

Toplam satışlarımızın %9,5'lik kısmı ihracat kanalından sağlanmıştır. Pınar Su ürünleri geniş bir coğrafyada 30'a yakın ülkede pek çok tüketiciye ulaşmaktadır. Yurt dışı pazarlardaki küresel gelişmeleri yakından izleyerek ihracat kanalı büyümemizi artırma kararlılığımızı sürdüreceğiz.

Değişmeyen önceliğimiz kalite ve sağlık

Türkiye'nin ilk ambalajlı su markası Pınar Su, 31 yıllık tecrübe ve uzmanlığını koşulsuz müşteri memnuniyeti prensibi ile birleştirmekte ve ürünlerini tüketicilerine sunmaktadır.

Aydın-Bozdoğan, Isparta-Eğirdir ve Sakarya-Hendek'teki modern tesislerimizde yerleşim yerlerinden uzak, debisi ve kimyasal özellikleri yıl içerisinde yağış ya da kuraklığa bağlı olarak değişim göstermeyen kaynaklarımızdan elde ettiğimiz suları kaynaktaki doğal yapıları bozulmadan, mineral dengeleri değiştirilmeden şişeliyoruz. Tesislerimizde dünyadaki en son teknolojileri kullanarak en üst seviyede hijyen koşulları oluşturuyoruz.

Kaliteyi tüm iş süreçlerinin odağında bulunduran Pınar Su, Türkiye'nin TSE belgeli ilk ambalajlı su markası ve NSF yeterlik belgesi almaya hak kazanarak kalitesini tescilleyen ilk Türk içeceği. Ayrıca Müşteri Memnuniyeti Yönetim Sistemi Belgesi'ni alan Pınar Su hizmet ve ürünlerinde en yüksek standartlara ve belgelere sahiptir.

Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi (TMME) 2014 yılı 2. çeyrek sonuçlarına göre Pınar Su, ambalajlı su sektöründe 100 üzerinden 82 puan alarak birinciliği elde etmiştir.

Kurumsal yönetim önceliklerimiz arasındadır.

Sermaye Piyasasına kayıtlı şirketimiz, bünyesinde bulunduğu Yaşar Topluluğu'nun kurumsal yönetim anlayışını benimsemiştir. Şirket tüm çalışmalarını etik değerlere bağlılık, şeffaflık, güvenilirlik ve paylaşım ilkeleri kapsamında yürütmektedir. Pınar Su'nun kurumsal yönetim ve TTK ve SPK mevzuatına tam uyum ile ilgili sergilediği sürdürülebilir performansın bir sonucu olarak, kurumsal yönetim derecelendirme notu 2014 yılında 10 üzerinden 9,28 olarak güncellenmiştir.

Sürdürülebilirlik anlayışımız

Ambalajlı su üretiminde diğer sektörlerle kıyaslandığında üretimde nispi olarak daha az enerji harcanmakta ve daha az seviyede karbon ayak izi oluşmaktadır. Buna karşın Pınar Su daha düşük karbon emisyonu

hedefi ile, enerji tasarrufu ve alternatif enerji kullanımına yönelik karbon ayak izi hesaplamaları yapmakta ve gelişmeleri yakından takip etmektedir.

Kurucu üyesi olduğumuz ÇEVKO ile ambalaj atıklarının geri toplanması ve değerlendirilmesi alanındaki yoğun işbirliğimizi sürdürüyor, bu kanalla geri kazanılan ambalaj atık miktarlarımızı sürekli artırmayı hedefliyoruz.

Pınar markası ile sanata, eğitime, spora ve kültür varlıklarının korunmasına verdiğimiz destek ile tüm toplum için değer yaratma misyonumuzu ödün vermeden uyguluyoruz.

Yüksek kalite standartları ve hijyen tüketicilerimize karşı değişmez ve en önemli taahhüdümüzdür. Tüketicilerimizi her zaman sağlıklı buluşturmaya ve onların "Yaşam Pınarı" olmaya devam edeceğiz.

Şirketimizin sürdürülebilir başarısında ve hedeflerine ulaşabilmesinde katkı sağlayan tüm hissedarlarımıza, tüketicilerimize, müşterilerimize ve çalışanlarımıza teşekkürlerimi sunarım.

Saygılarımla,

Emine Feyhan Yaşar
Yönetim Kurulu Başkanı