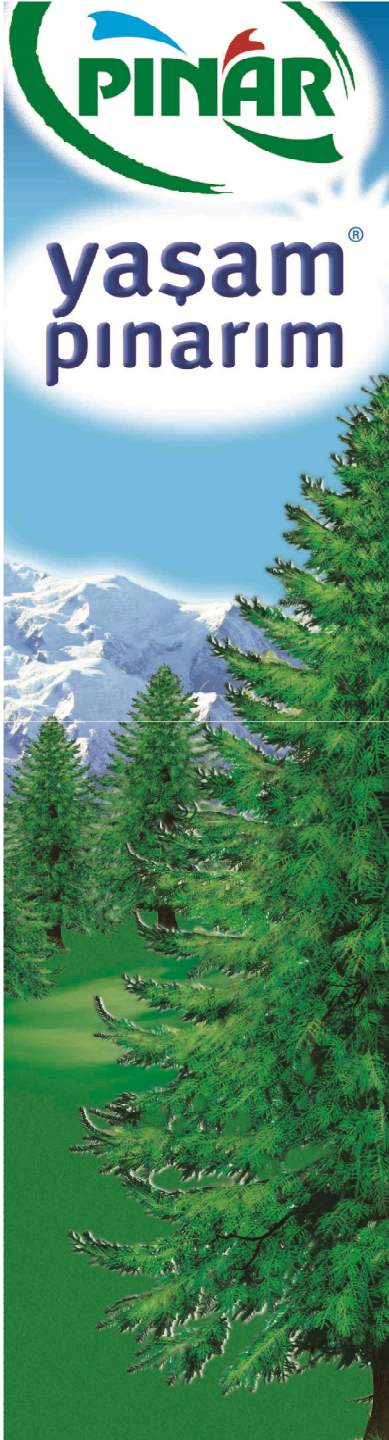




PINAR SU SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

Pınar Su'yun Gücü



- PET ve PC kategorilerinde ilk akla gelen 2. marka (Nielsen 2009)

Marka Bilinirliği

- 363 PC, 168 PET bayi
- Sipariş hattı uygulaması

Dağıtım Ağı

- HACCP Gıda Güvenlik Yönetim Sistemi
- NSF yeterlilik belgesi
- ISO Kalite belgeleri

Kalite

- En doğal ve hijyenik koşullarda tüketiciye ulaşan doğal kaynak suyu
- Know-How
- Hedef pazarlara yakın 3 kaynaktan üretim
- Clean room teknolojisi

Üretim

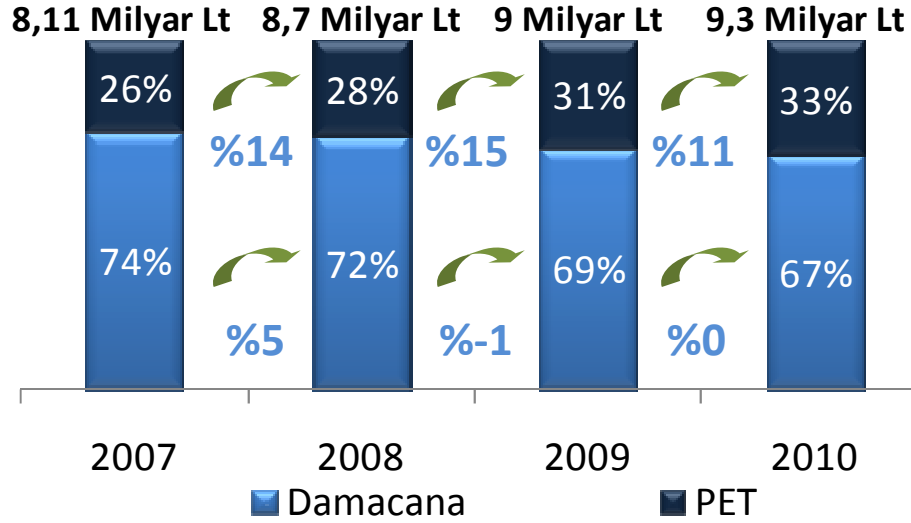
- Madran, Toros ve Gökçeada kaynaklarından pazardaki tüm SKU'larda üretimde bulunmaktadır.

Ürün Portföyü

Pazar Dinamikleri



Türkiye’de Şişelenmiş Su Sektöründe Pet ve PC Kırılımı

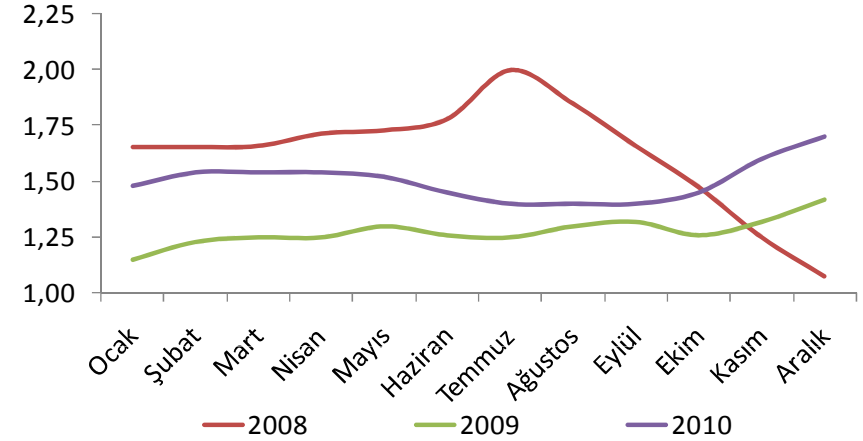


Ülkeler Bazında Kişi Başı Su Tüketimi (2010)

	İtalya	Almanya	Türkiye	İspanya	Belçika
Kişi Başı Su Tüketimi	189 Lt	165 Lt	126 Lt	123 Lt	120 Lt

Kaynak: Suder

Resin Fiyatları (bin USD/Ton)



► Sağlık Bakanlığı ruhsatına sahip 264 su işletmecisi vardır.

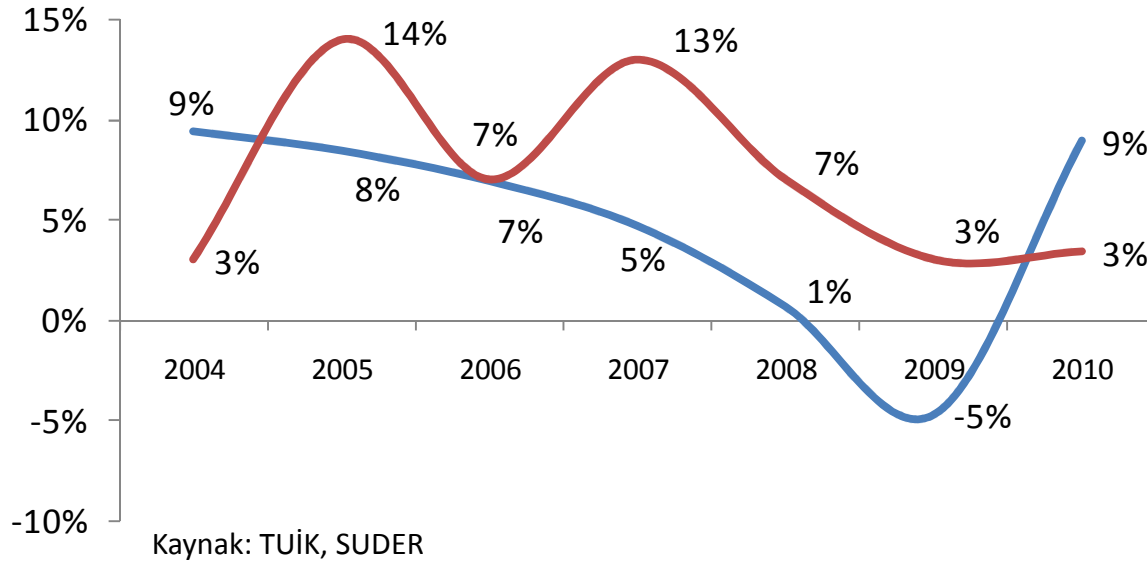
► Sektörün ortalama kapasite kullanım oranı %40'dır.

► SUDER 2011 yılında Türkiye’de kişi başı su tüketiminin 135 lt seviyelerinde gerçekleşeceğini tahmin etmektedir.

Pazar Dinamikleri - II



Türkiye’de GSYİH ve Şişelenmiş Su Sektörü Büyüme Hızları



► 2010 yılında şişelenmiş su sektöründeki büyüme GSYİH büyümesinin altında kalmıştır.

Türkiye’de Şişelenmiş Su Sektörü

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011*
Üretim (milyar TL)	5,7	6,2	7	7,8	8,1	8,7	9	9,3	9,8
Pazar Büyüklüğü (milyar TL)	0,6	0,8	1	1,2	2,5	3	3,1	3,3	3,45
Kişi Başı Tüketim (Lt)	81	83	93	105	96	114	122	126	135

► 2011 yılında şişelenmiş su sektöründe SUDER tarafından %5 büyüme beklenmektedir.

Pazara Genel Bakış

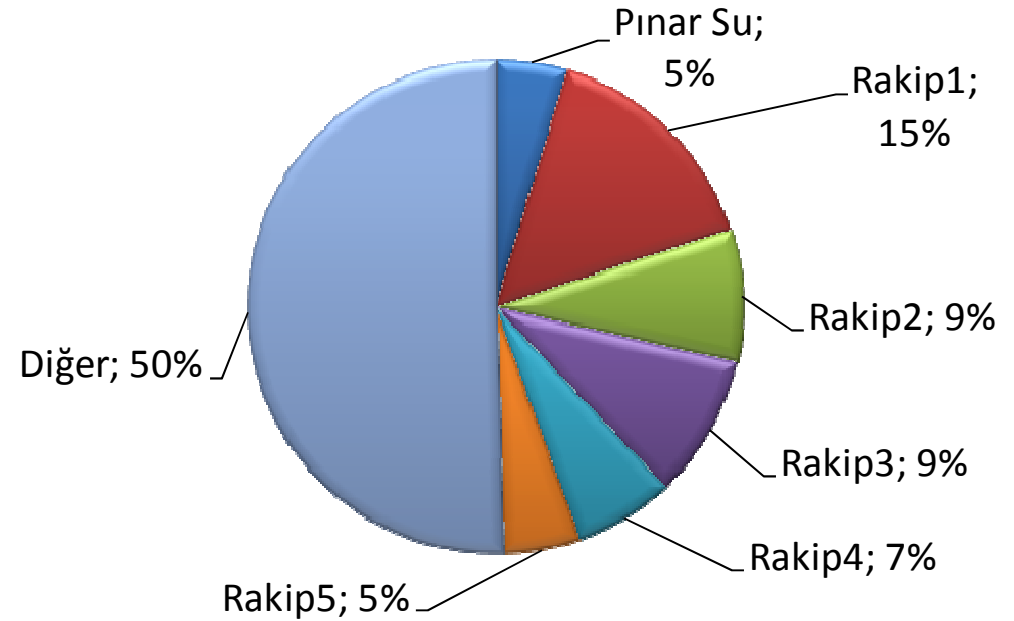


► Nestle, Danone, Coca Cola gibi dünya çapında firmaların yatırımlarını arttırması yüksek pazar potansiyelinin bir göstergesidir. (birleşme & satın almalar, kaynak suyu yatırımları vb.)

► Sektördeki trend, lojistik maliyetlerini optimize edebilmek için su kaynaklarını çoğaltmaktır.

► Küçük ölçekli yerel üreticiler parçalanmış pazar yapısına neden olmaktadır.

Doğal Kaynak Suları - PET

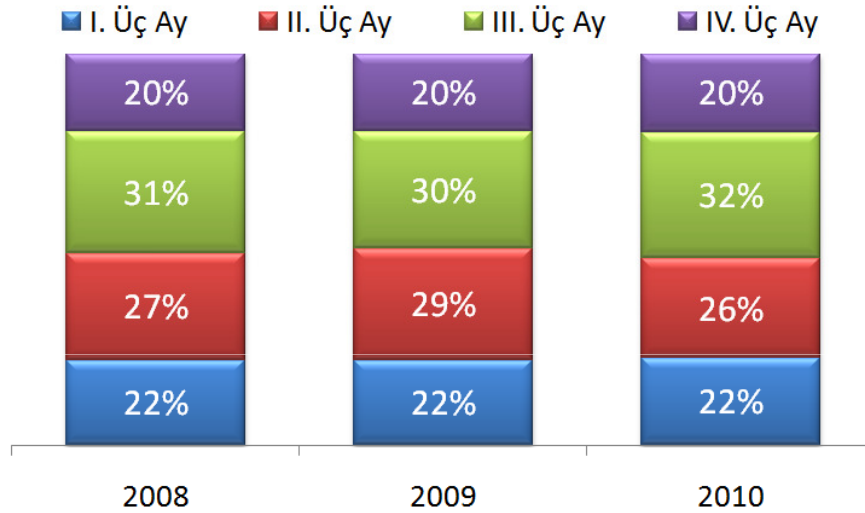


Kaynak: Perakende Miktar Payları, Nielsen, Mart 2011

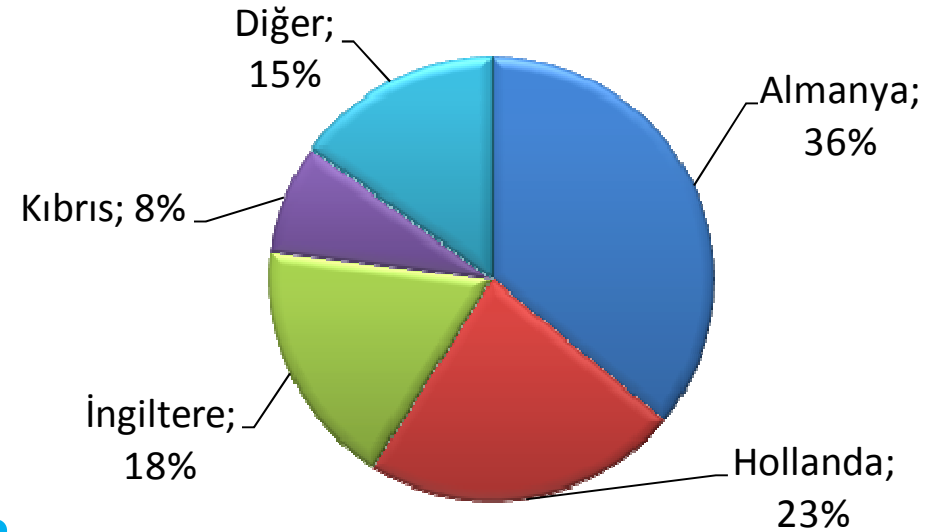
Satış Dağıtım



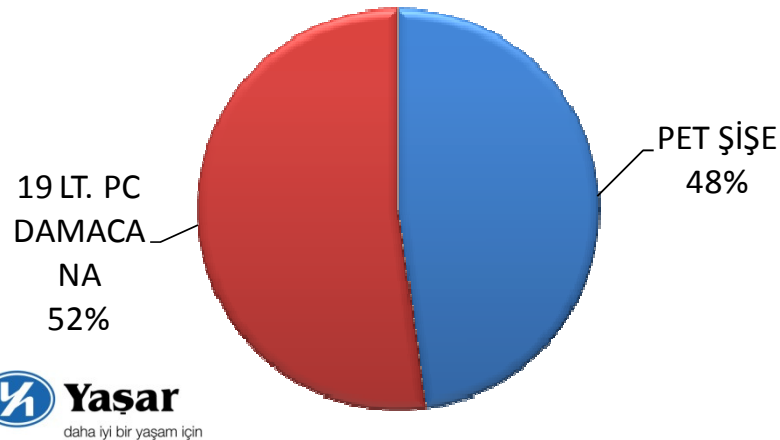
Satış Tonajına Göre Mevsimsellik



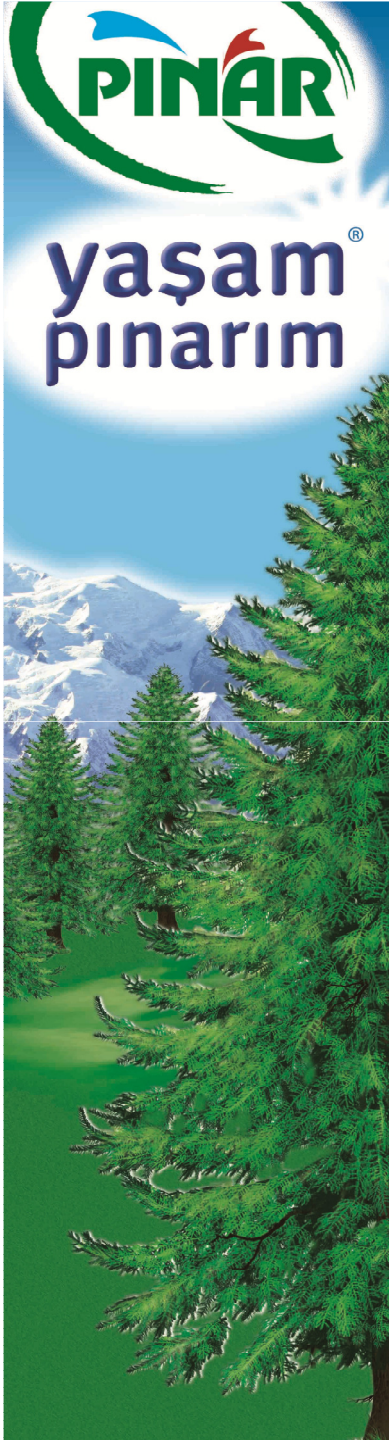
Yurtdışı Satışlar (1Ç11)



Pınar Su Satış Miktarının Pet/PC Dağılımı (1Ç11)



► 2011 ilk çeyreğinde ihracatın toplam satışlar içindeki oranı %7 civarındadır.

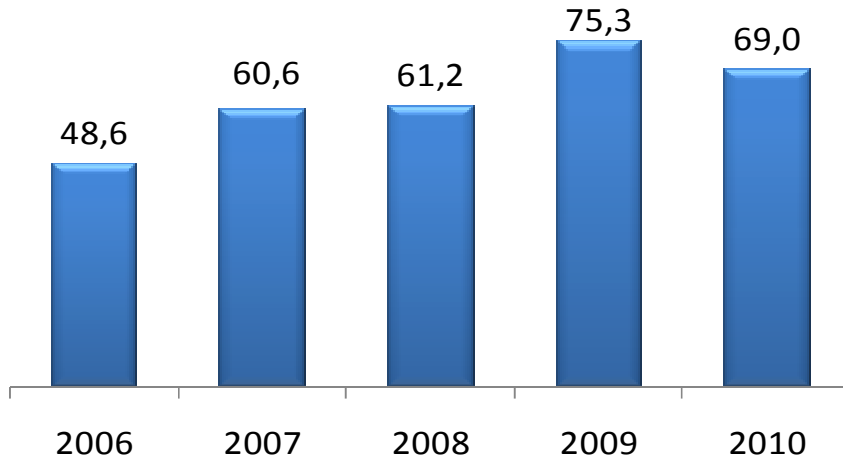


FİNANSAL SONUÇLAR

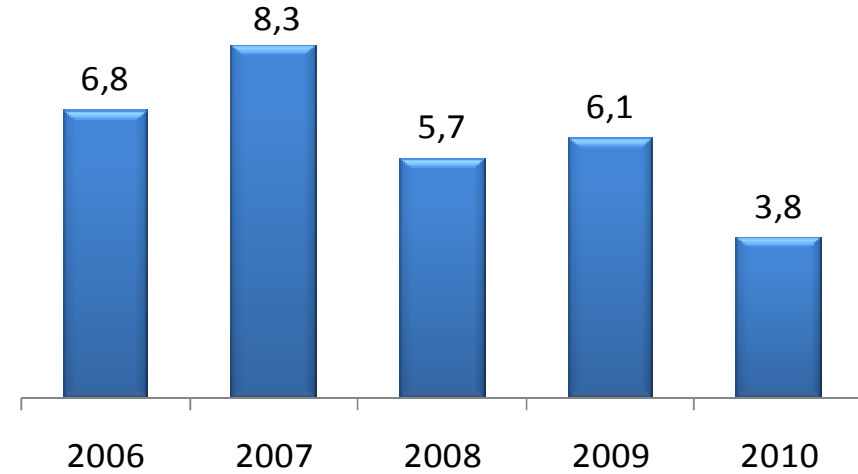
2006 – 2010 Performansı



Net Satışlar (Mn TL)

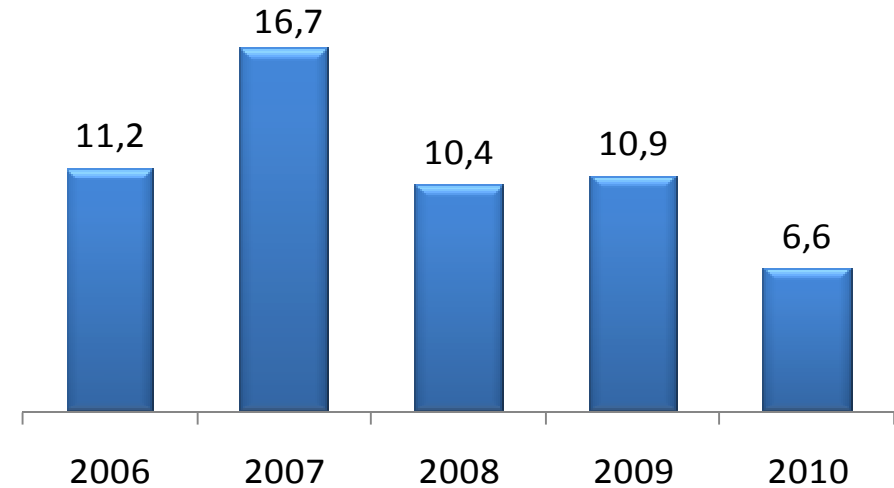


Net Kar (Mn TL)



- Pazarda çoğunlukla yerel olan küçük ve ekonomik markalar agresif fiyat rekabetine yol açmıştır.
- 2010 yılında maliyet iyileştirmeleri sonucunda brüt kar marjımız %49,0'dan %50,1'e yükselmiştir.
- Diğer taraftan, pazarda yaşanan fiyat rekabeti ve satış-dağıtımını güçlendirmek amacıyla katlanılan maliyetler net dönem karında düşüşe neden olmuştur.

FAVÖK* (Mn TL)



Gelir Tablosu

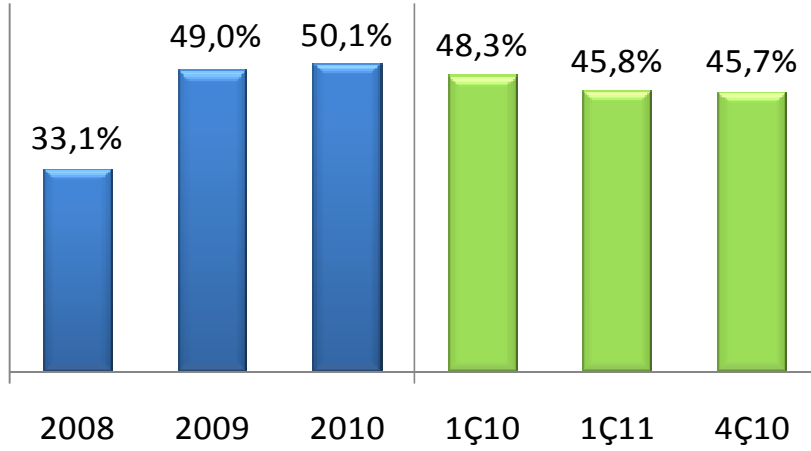


(Milyon TL)	31.03.2011	31.03.2010	Fark	% Değişim
Net Satışlar	16,7	15,7	1,0	6,6
Satılan Malın Maliyeti	(9,1)	(8,1)	(0,9)	11,7
Brüt Kar	7,6	7,6	0,1	1,1
Satış, Dağıtım ve Pazarlama Giderleri	(5,6)	(5,3)	(0,4)	7,2
Genel Yönetim Giderleri	(2,1)	(2,2)	0,0	(1,8)
Faaliyet Karı	(0,1)	0,1	(0,3)	(227,4)
Diğer Gelirler	1,5	1,3	0,3	20,5
Diğer Giderler	(0,0)	(0,1)	0,1	(59,5)
Finansal Giderler (Net)	0,1	0,6	(0,4)	(75,0)
Vergi Öncesi Kar	1,5	1,9	(0,4)	(20,2)
Vergi	(0,1)	(0,3)	0,2	(58,4)
Dönem Net Karı	1,4	1,6	(0,2)	(13,2)
FAVÖK	1,1	1,2	(0,2)	(15,0)
Toplam Varlıklar	102,1	98,4	3,6	3,7
Özsermaye	74,0	72,0	2,0	2,8

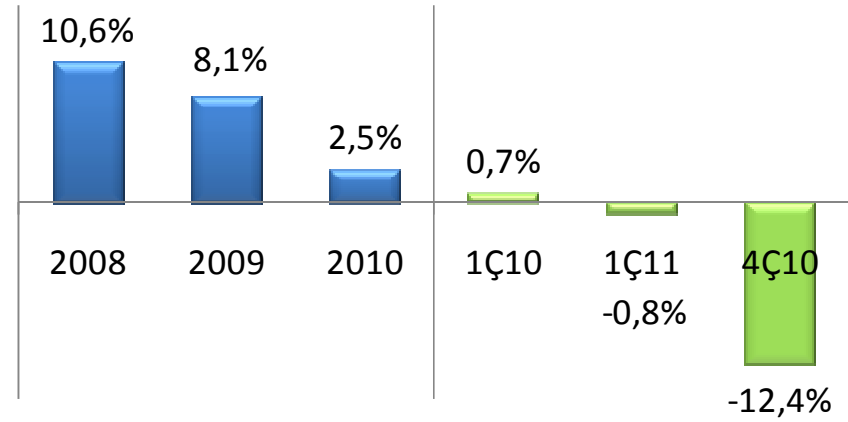
Kar Marjları



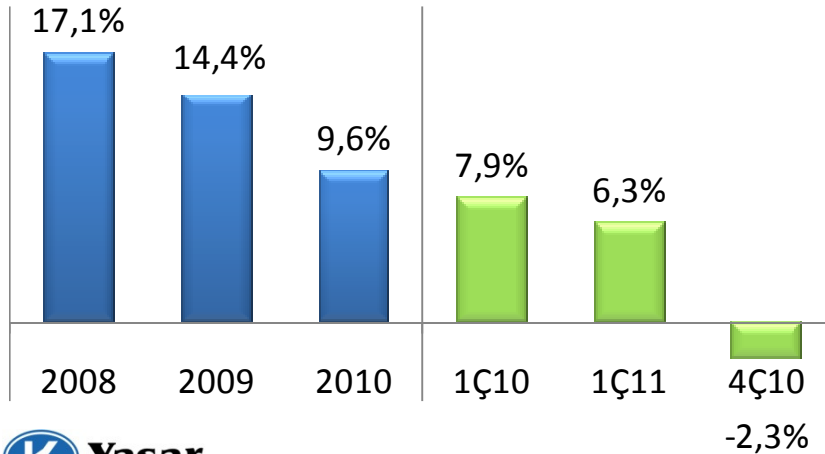
Brüt Kar Marjları (%)



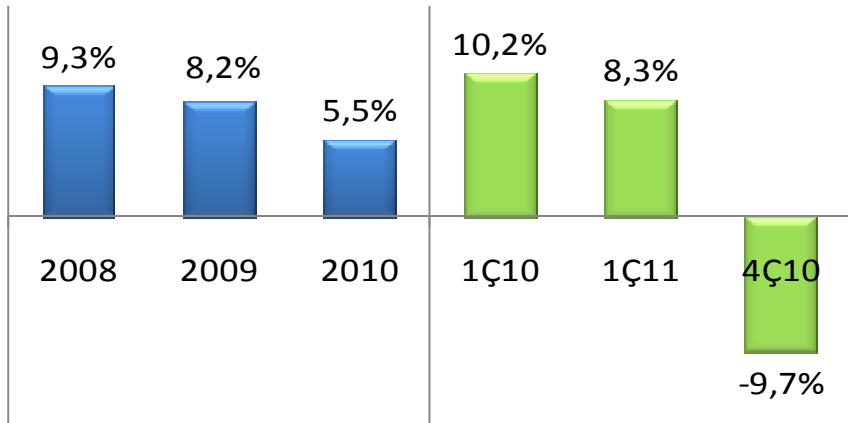
Faaliyet Kar Marjları* (%)



FAVÖK Marjları** (%)



Net Kar Marjları (%)



Yasar

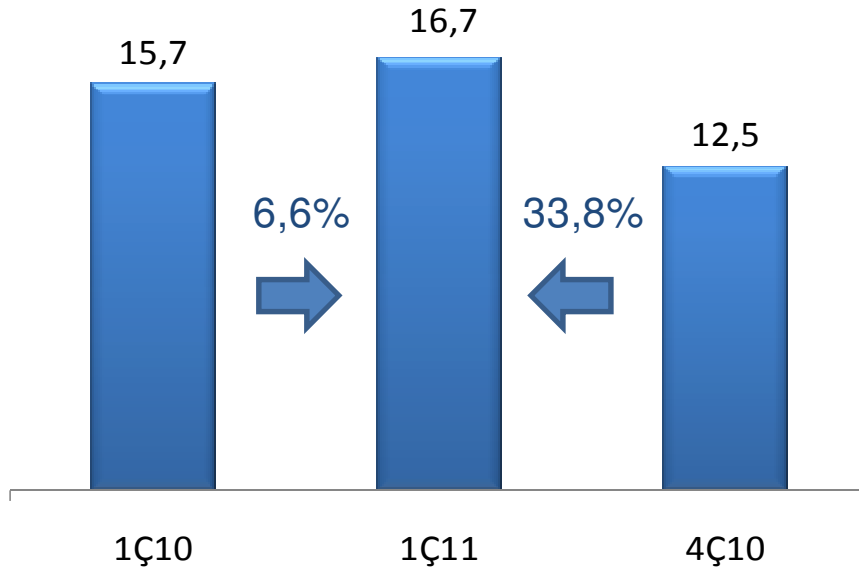
daha iyi bir yaşam için

* Diğer gelir ve giderler hariç ** Amortisman ve KTK öncesi faaliyet karı

Çeyrek Dönem Sonuçları



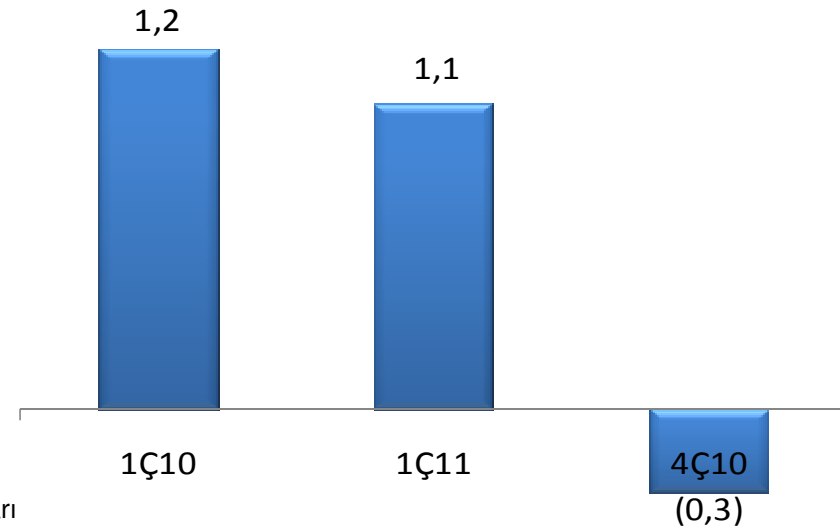
Net Satışlar (Mn TL)



► 2010 yılında bayilik sisteminde gerçekleştirilen yeniden yapılandırma ve Sipariş Hattı'nın da etkisiyle 2011 yılı ilk çeyreğinde net satışlarımızda geçtiğimiz yılın aynı çeyreğine kıyasla tonajdan kaynaklanan artış sağlanmıştır.

► Geçtiğimiz yılın aynı çeyreğine kıyasla 2011 yılı ilk çeyreğinde hammadde fiyatlarındaki artıştan dolayı karlılığımızda düşüş yaşanmıştır.

FAVÖK* (Mn TL)

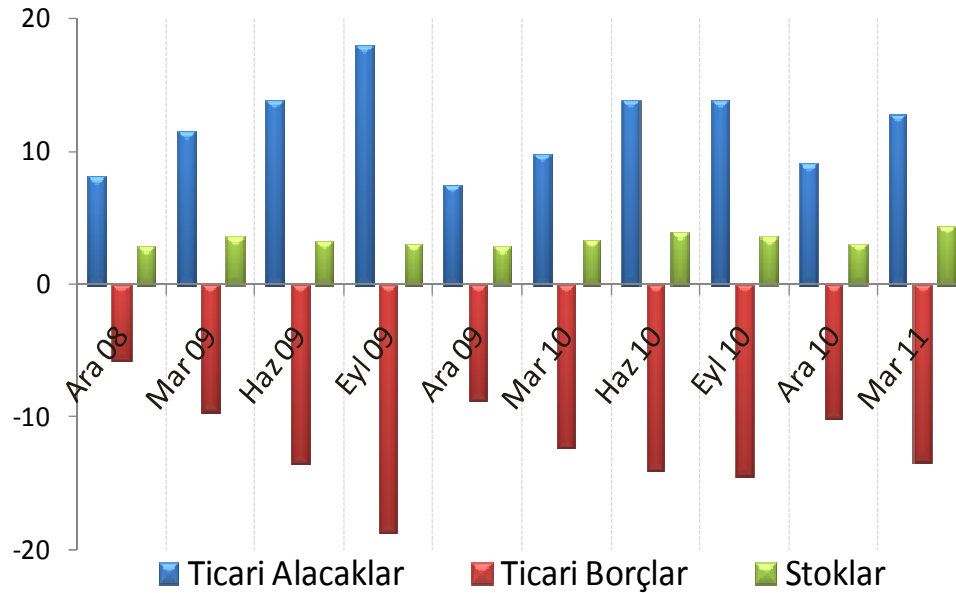


Temel Rasyolar, Net Finansal Borç Net İşletme Sermayesi



	31 Mart 2011	31 Aralık 2010
Cari Oran	1,36	1,41
Kaldıraç Oranı	0,28	0,24
KD Finansal Borç / Toplam Fin. Borç	0,58	0,52
Net Finansal Borç / EBITDA	2,83	0,36
Toplam Finansal Borç / Sermaye	0,04	0,05

	31 Mart 2011	31 Aralık 2010
(Milyon TL)		
Nakit ve Nakit Benzeri Varlıklar	0,3	0,9
Kısa Vadeli Krediler	1,9	1,7
Uzun Vadeli Krediler	1,4	1,6
Net Finansal Borçlar	3,0	2,4



- ▶ Sürekli risk yönetimine ve verimliliğe odaklanma
- ▶ Etkin çalışma sermayesi yönetimi
- ▶ Güçlü bilanço ve likidite yönetimi

2011 Yılı 1. Çeyrek Değerlendirmesi



- ▶ Pazarda çoğunlukla yerel olan küçük ve ekonomik markalar agresif fiyat rekabetine yol açmaktadır.
- ▶ 2010 yılı, ekonomik koşullarda çıkışa dair sinyaller içermesine karşın tüketicilerin kriz dönemine benzer tüketim tercihleri gösterdiği bir dönem olmuştur. Söz konusu durum 2011 yılı ilk çeyreğinde de devam etmiştir.
- ▶ 19 Lt. damacana satışlarımız pazarda devam eden küçülme eğilimine rağmen büyüme göstermiştir.
- ▶ Pınar Su'yun 2010 yılında gerçekleştirdiği satış ve dağıtımın güçlendirilmesine yönelik faaliyetler ve Sipariş Hattı'nın (444 99 00) olumlu etkileri 2011 yılı ilk çeyreğinde görülmeye başlanmıştır.
- ▶ 2011 yılı ilk çeyreğinde 10 Lt.'lik Pet şişe satışlarımızda güçlü bir büyüme yaşandığı görülmüştür.



Stratejiler ve Hedefler



- ▶ Pet ve PC işlerimizin her ikisinde de pazarın üzerinde bir büyüme göstererek pazar payımızı arttırmak.
- ▶ Tüm değer zincirinde süreç ve maliyet odaklı yaklaşımla, kaliteden ödün vermeden, süreçlerimizi Yalın Sigma vb. araçlarla iyileştirerek karlılığımızı maksimize etmek.
- ▶ Hizmet kalitemizi üst düzeyde tutarak ve tüketici ile olan iletişimi geliştirerek (Sipariş Hattı projesi vb.) müşteri sadakatini arttırmak.
- ▶ Kaynak lokasyonuna göre optimum maliyetli dağıtım modelini sürdürmek.
- ▶ Sürdürülebilir başarı için insan kaynağını ön planda tutmak.

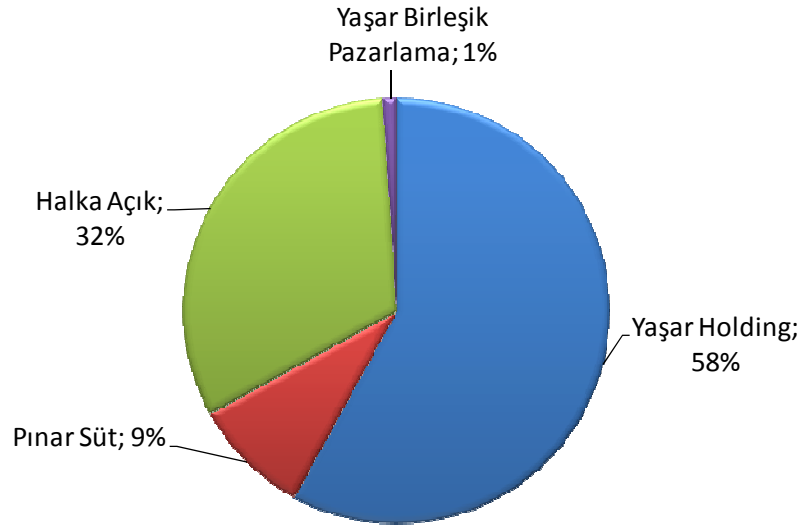
2011 YILI HEDEFLERİ

Net Satışlarda Büyüme: %15 - %17

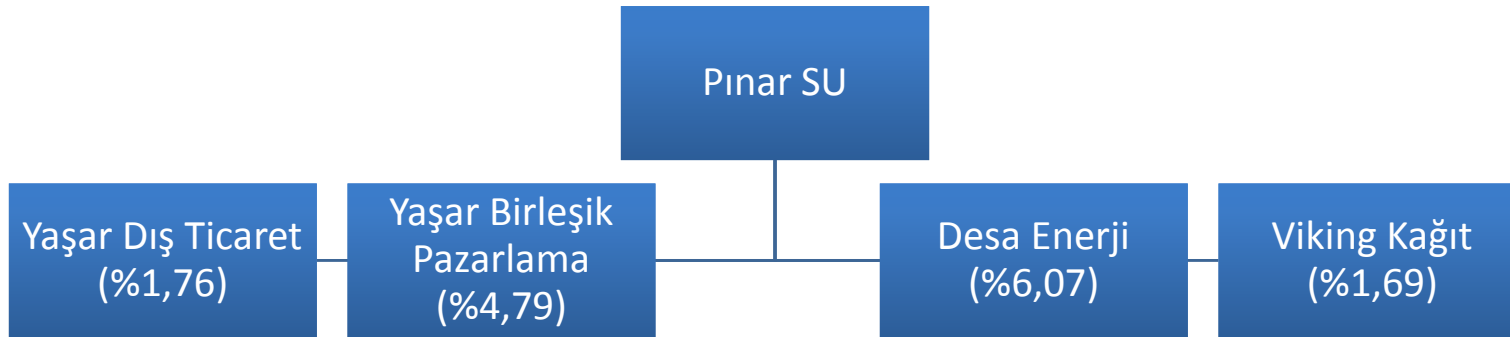
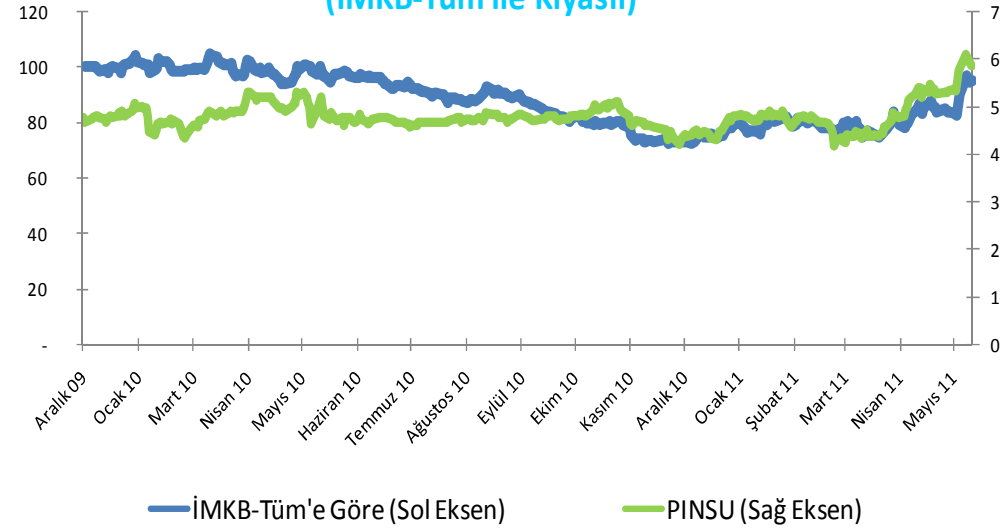
FAVÖK Marjı: %9 - %10

Yatırım: 7 - 9 Mn TL

Ortaklık&İştirak Yapısı – Hisse Performansı



Pınar Su Hissesi'nin Mutlak ve Göreceli Performansı
(İMKB-Tüm ile Kıyaslı)



Yasal Uyarı ve İletişim Bilgileri



Bu sunum hisse senetlerinin alınıp satılması ile ilgili bir teklif ya da öneri niteliği taşımaz ve hiçbir hukuki anlaşma ya da sözleşmeye baz oluşturmaz. Sunumda şirket yönetiminin gelecekte olması muhtemel olaylara ilişkin bugünkü görüşlerine yer verilmiştir. Tahminler temel mantık kurallarına dayandırılmasına rağmen, değişkenler ve tahminlere baz oluşturan varsayımlardaki değişiklikler tahminlerden önemli oranda sapmalara sebep olabilir. Ekteki sunumun yatırım amaçlı kullanılmasına bağlı olarak oluşabilecek herhangi bir zarardan Pınar Su San. ve Tic. A.Ş. ile iştirakleri, danışmanları, yöneticileri ve çalışanları sorumlu tutulamaz.

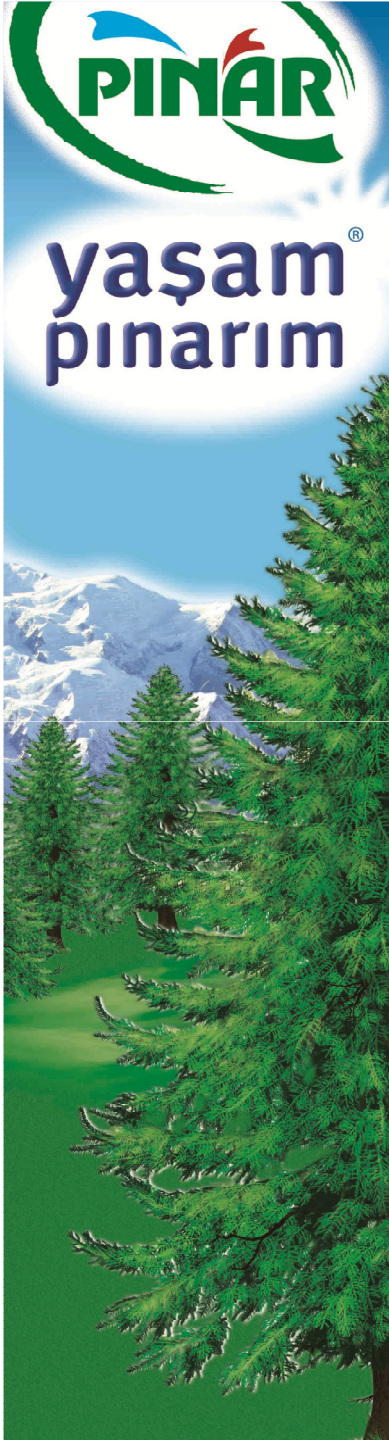
Şirketin mali tablolarına www.kap.gov.tr ve www.pinar.com.tr web sitelerinden erişim sağlanabilir.

Yatırımcı İlişkileri Birimi

Tel: 90 232 482 22 00

Fax: 90 232 484 17 89

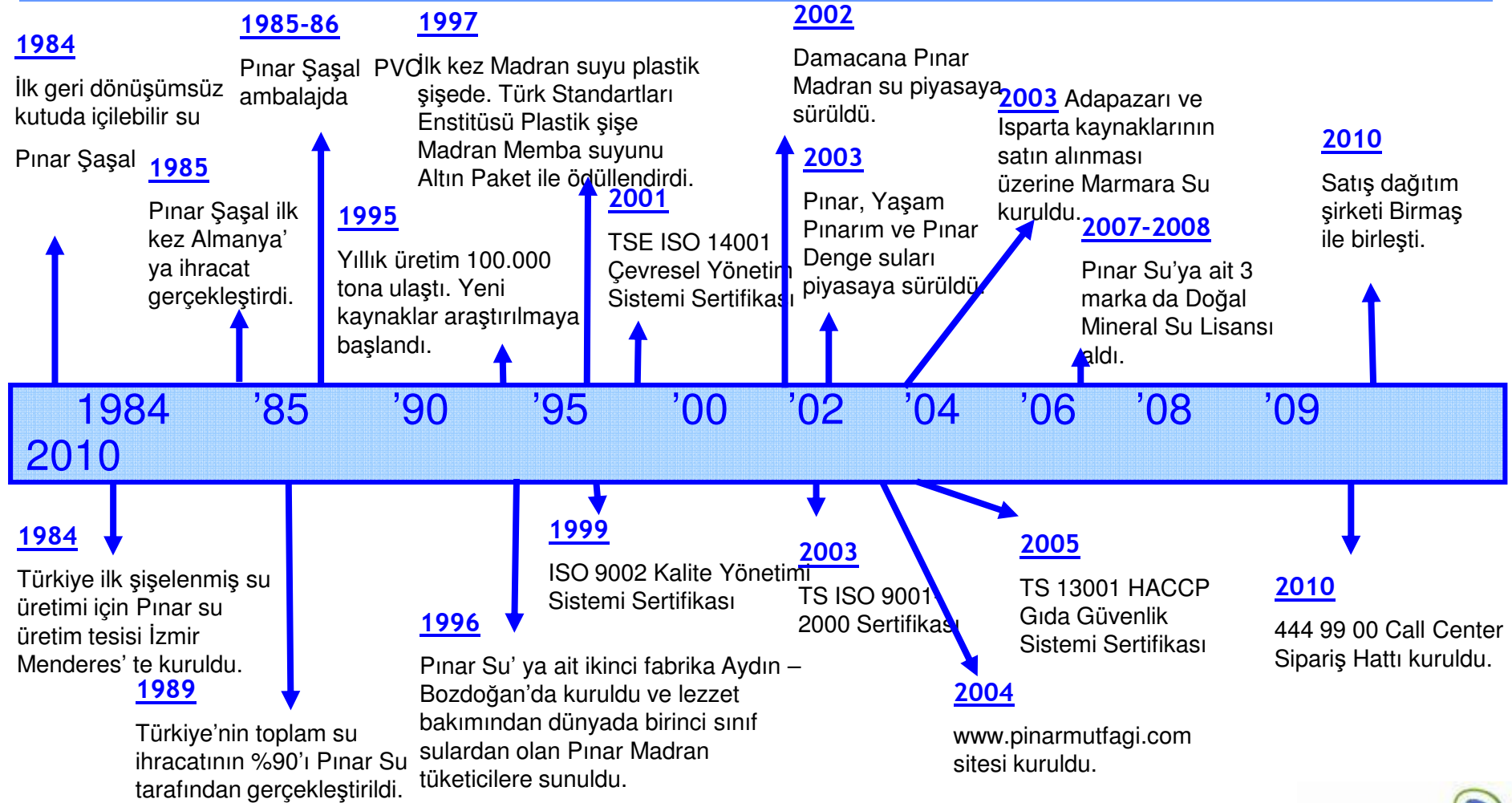
yatirimciiliskileri@pinarsu.com.tr



Teşekkürler

Soru & Cevaplar

Tarihçe



Ulaşım ve Tedarikte Etkinlik



Yerel Yönetimlerle Uzun Vadeli Anlaşmalar

► Türkiye'nin ilk şişelenmiş doğal kaynak suyudur.

► Modern üretim tesisleri ve kaynaklar 3 bölgededir.

► Gökçeağaç (2003) / Adapazarı 400,000 ton kapasiteye sahiptir.

► Madran (1996) / Aydın 490,000 ton kapasiteye sahiptir.

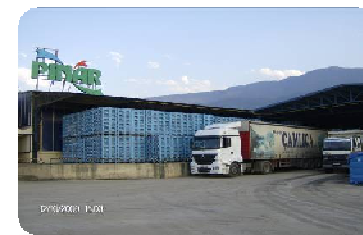
► Toros (2003) / Isparta 210,000 ton kapasiteye sahiptir.



Aydın - Bozdoğan



Isparta - Eğirdir



Sakarya - Hendek

Tedarik



Doğanın en saf haliyle tüketicilere getirdiği benzersiz hediye

Su Kaynakları;



- Yüksek kalitedeki doğal su kaynaklarımız 3 farklı bölgede bulunmaktadır.
- Bozdoğan-Aydın, Eğirdir-Isparta ve Hendek-Sakarya 'daki kaynaklarımız ulaşım ve dağıtım maliyetleri açısından avantaj sağlamaktadır.
- Yerel Yönetimler ile yapılan uzun vadeli anlaşmalar bulunmaktadır.

PET Preform Tedariği;



- Kalite güvencesi Türkiye' de yerleşik çokuluslu üreticilerle yapılan uzun vadeli işbirlikleri ile sürdürülmektedir.
- Paketleme maliyetinde sürdürülebilir iyileştirmeler gerçekleştirilmektedir. (kısa boyun- hafif şişe)