



PINAR SU SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

2011 1. Yarıyıl Yatırımcı Sunumu

Pınar Su'yun Gücü



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

Marka Bilinirliği

- 366 PC, 167 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



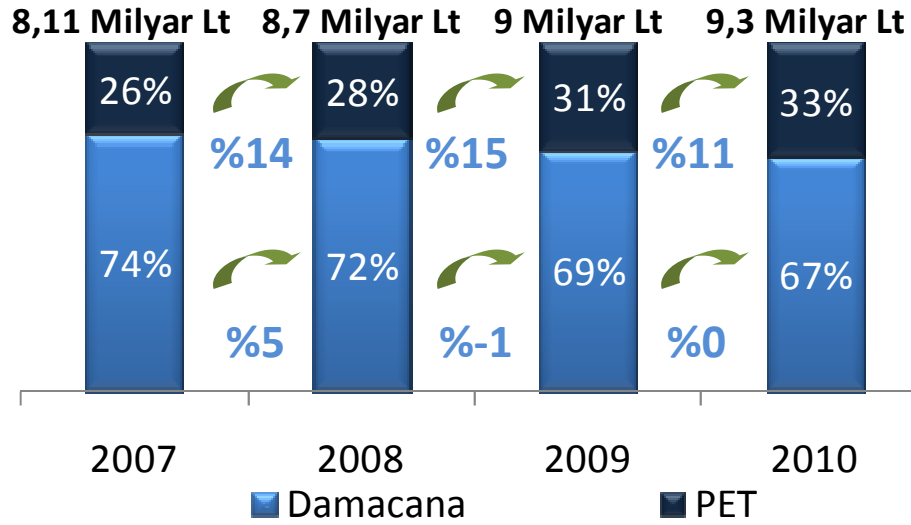
Yaşar

daha iyi bir yaşam için

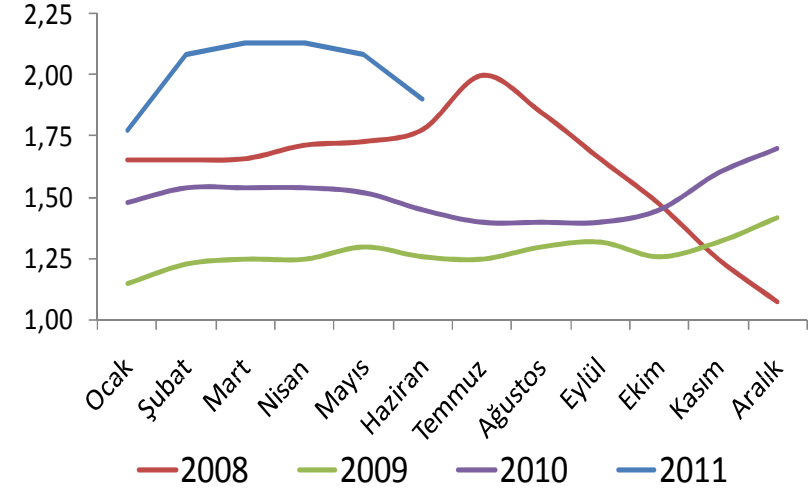
Pazar Dinamikleri



Türkiye’de Şişelenmiş Su Sektöründe Pet ve PC Kırılımı



Resin Fiyatları (Kg/USD)



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



daha iyi bir yaşam için

► Sağlık Bakanlığı ruhsatına sahip 264 su işletmecisi vardır.

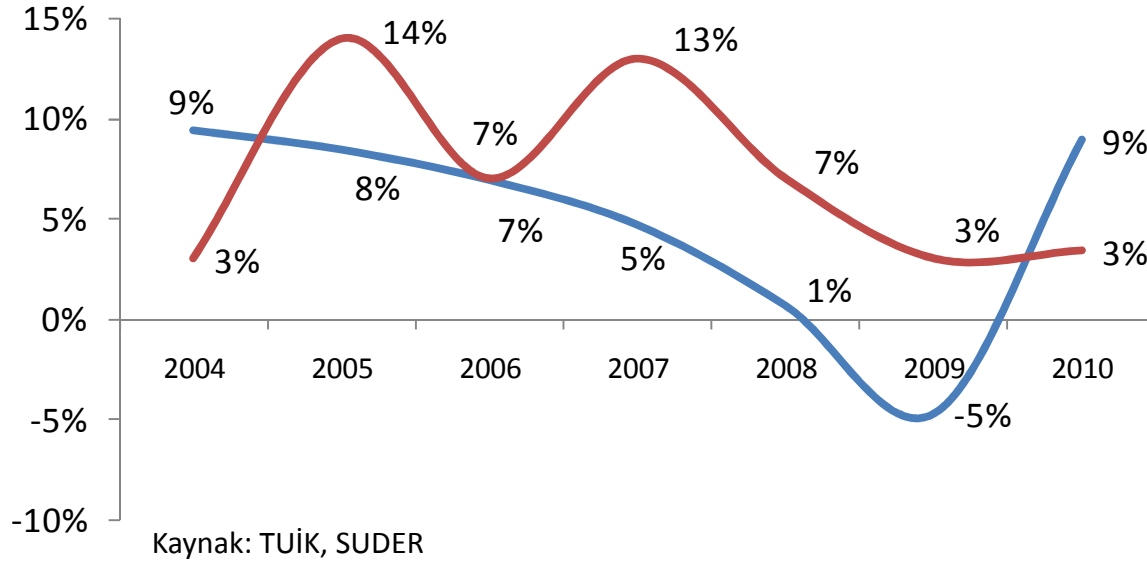
► Sektörün ortalama kapasite kullanım oranı %40'dır.

► 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.



Yaşar

daha iyi bir yaşam için

Kaynak: SUDER
* 2011 yılı tahmini, SUDER

Pazara Genel Bakış

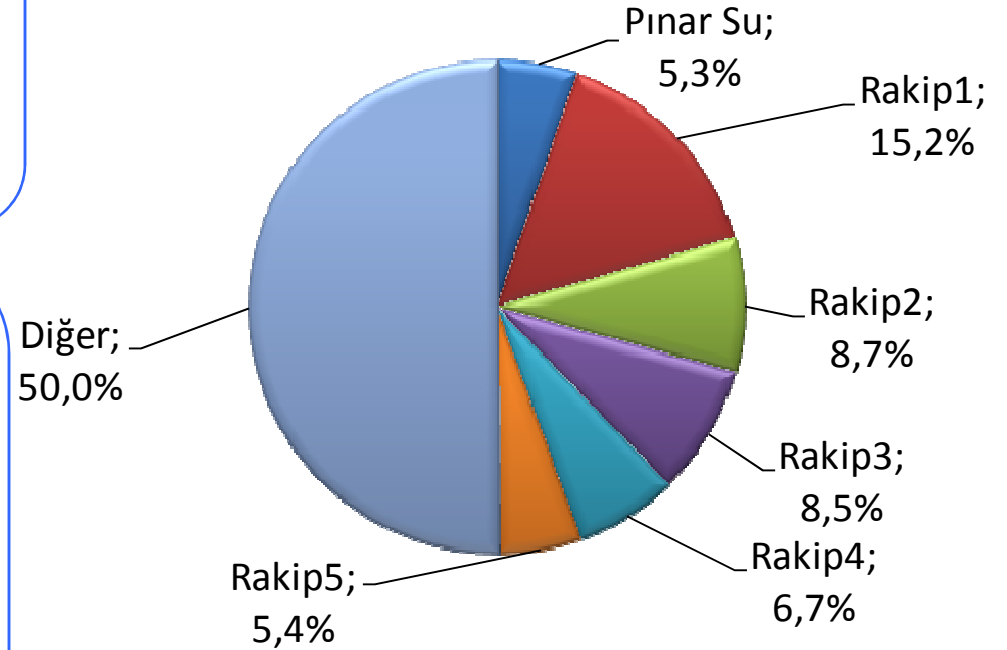


► 2011'in 1. yarısında PET pazarı tonaj ve ciro olarak sırasıyla %8 ve %10 büyümüştür. Pınar Su ise gerek ciro (%12) gerekse tonaj (%16) bazında pazarın da üzerinde büyüme sağlamıştır (Nielsen).

► 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, 1Y 2011

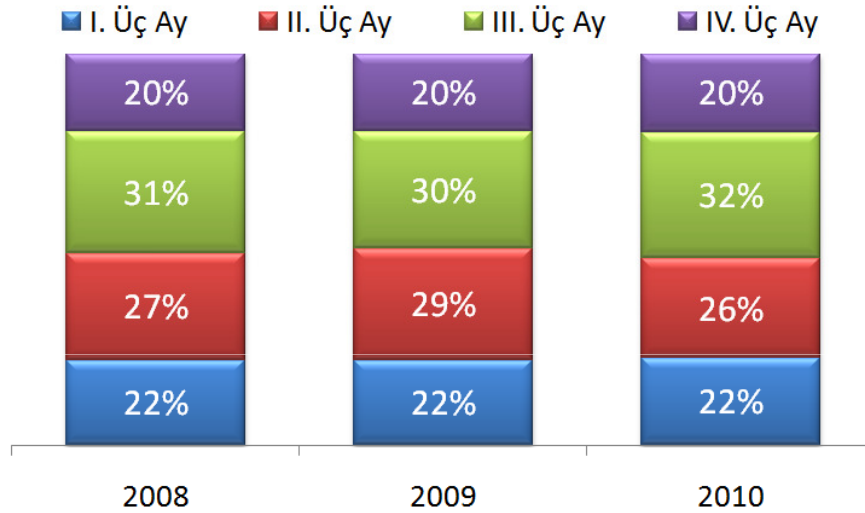


daha iyi bir yaşam için

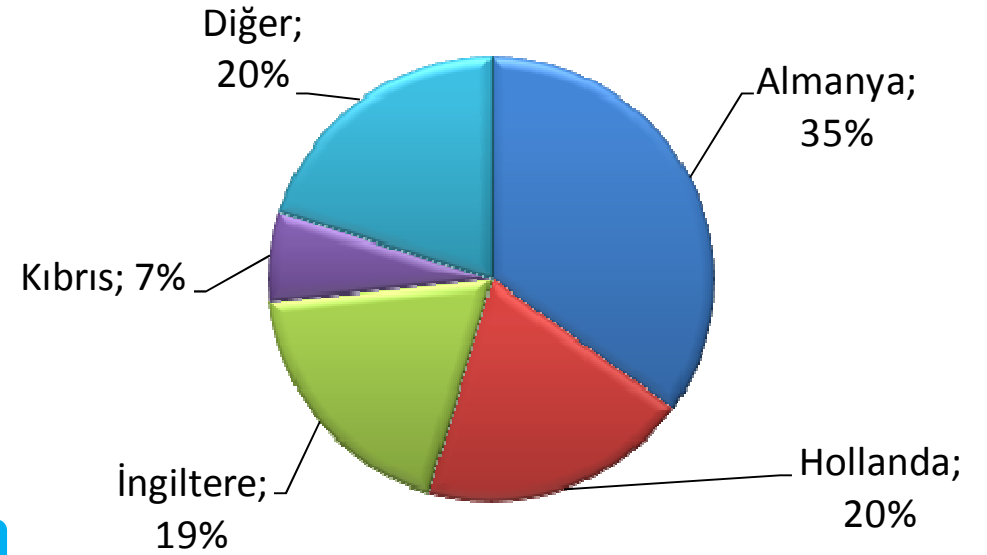
Satış Dağıtım



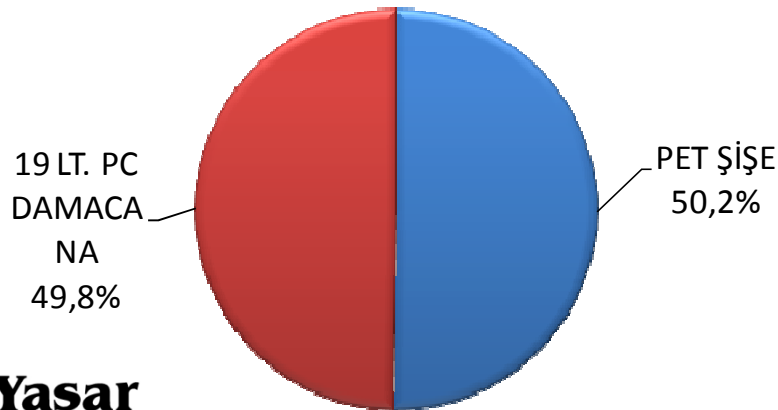
Satış Tonajına Göre Mevsimsellik



Yurtdışı Satışlar (1Y11)



Pınar Su Satış Miktarının Pet/PC Dağılımı (1Y11)



Yaşar

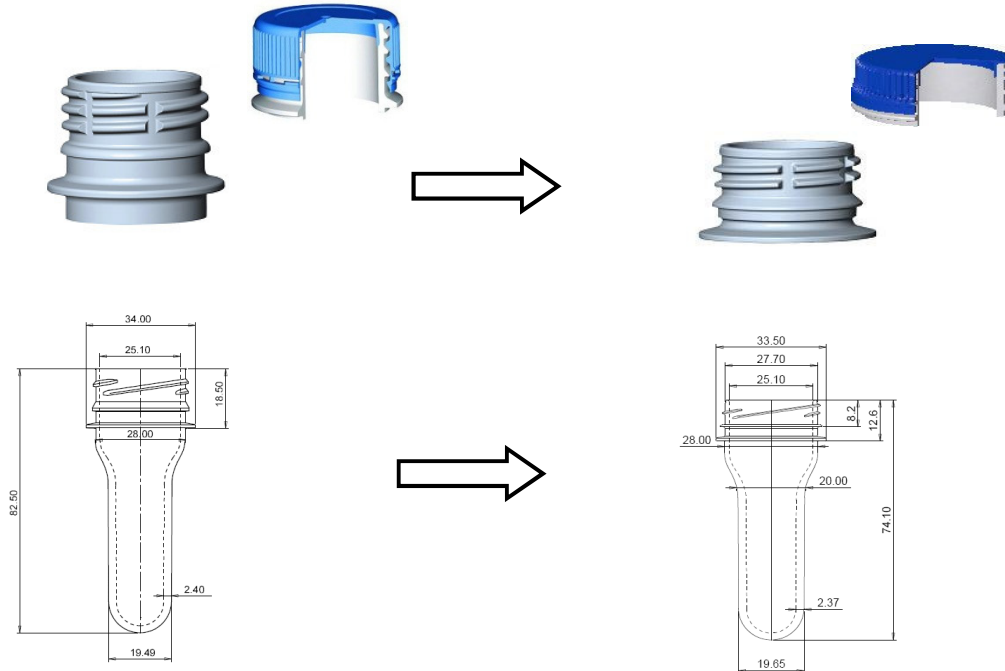
daha iyi bir yaşam için

- ▶ Dolar bazında ihracat gelirleri 2010 yılın 1. yarısına göre %21 artmıştır.
- ▶ 2011 ilk yarısında ihracatın toplam satışlar içindeki payı %7,5 civarındadır. (1Y10: %6,5)

Short Neck Yatırımı



- ▶ Short-neck (Kısa boyun) yatırımı gerçekleştirilerek Pet şişe gramajları düşürülmüş, karbon ayakizi azaltılarak çevreye olan etki minimize edilmiştir.
- ▶ Preform gramajlarının azalmasıyla 0,5 lt ve 1,5 lt ambalajlarda preform maliyetlerinde %10'un üzerinde düşüş gerçekleşmiştir.



Yaşar

daha iyi bir yaşam için

Yeni konsept&Yeni Ürün



- Su kategorisindeki alt markamız olan Yaşam Pınarım; etiket tasarımlarımızda belirgin hale getirilmiş, kurumsal kimliğimiz bu doğrultulda yenilenmiştir.



- Pazar eğilimlerine yanıt verecek şekilde Hendek tesisimizde de 10 litre üretimi başlamıştır. 2011 Ocak ayı itibariyle ürün pazara sunulmuştur.



Yaşar

daha iyi bir yaşam için

İletişim Kampanyası



► Yeni konsept ve konumlandırma doğrultusunda tüketici iletişimi yapılmıştır. Bu doğrultuda farklı mecralarla tüketicilere ulaşılmıştır.

- TV
- Gazete
- Açık hava



Açık hava

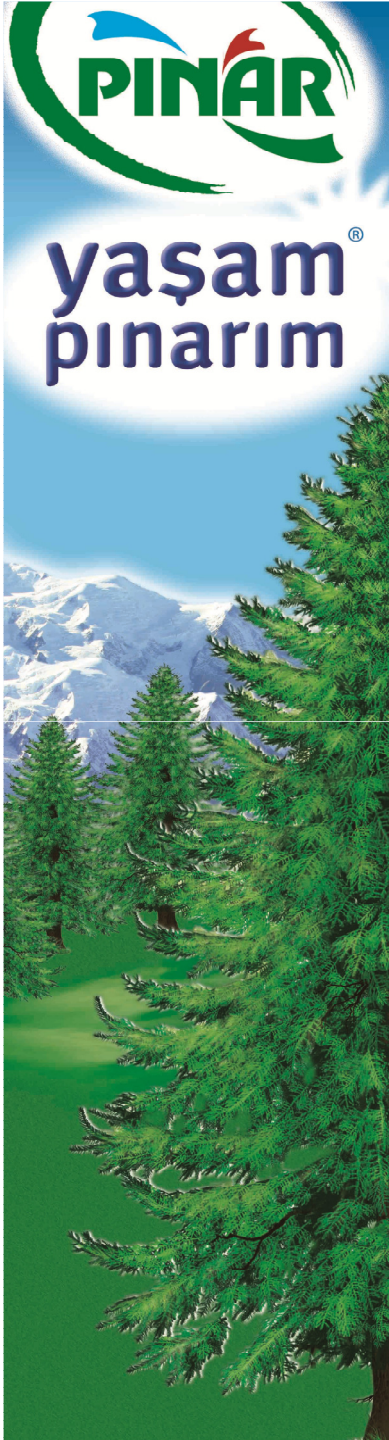


Yaşar

8

daha iyi bir yaşam için

Gazete

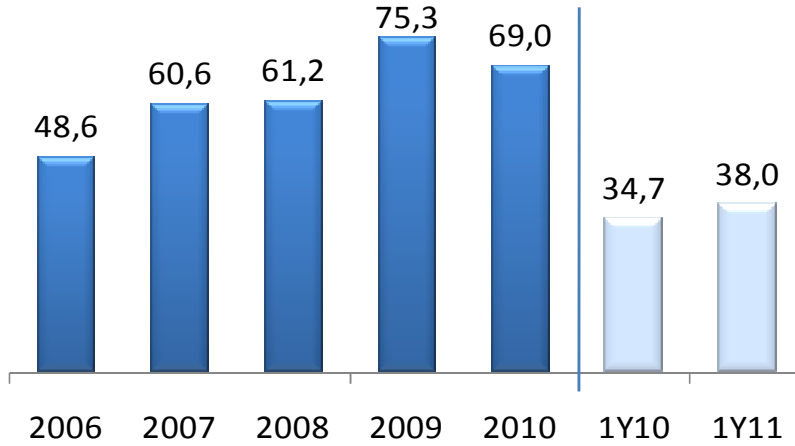


FİNANSAL SONUÇLAR

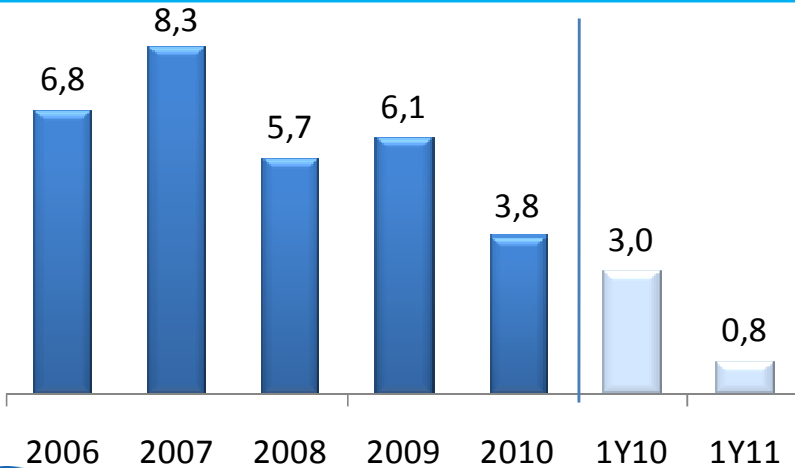
Satış Performansı ve Karlılık



Net Satışlar (Mn TL)



Net Kar (Mn TL)



daha iyi bir yaşam için

► Satışlar 2010'un 1. yarısına göre %10 oranında artırılmıştır. Özellikle Pazarlama yatırımları sebebiyle artan pazarlama giderleri 2011 yılı için kar marjlarında düşüşe sebep olmuştur.

► Pazarın üzerinde büyümeyle, sektörde satışların arttığı yılın 3. çeyreğinden itibaren satış artışlarının devamı beklenmektedir.

► Preform hammadde maliyetleri 2011 yılında 2010 yılına göre artış göstermiş, bu durum üretim maliyetlerinde artışa sebep olmuştur.

► Satış ve dağıtım ağı güçlendirilmekte, stratejilerimiz paralelinde pazarlama yatırımlarına devam edilmektedir.

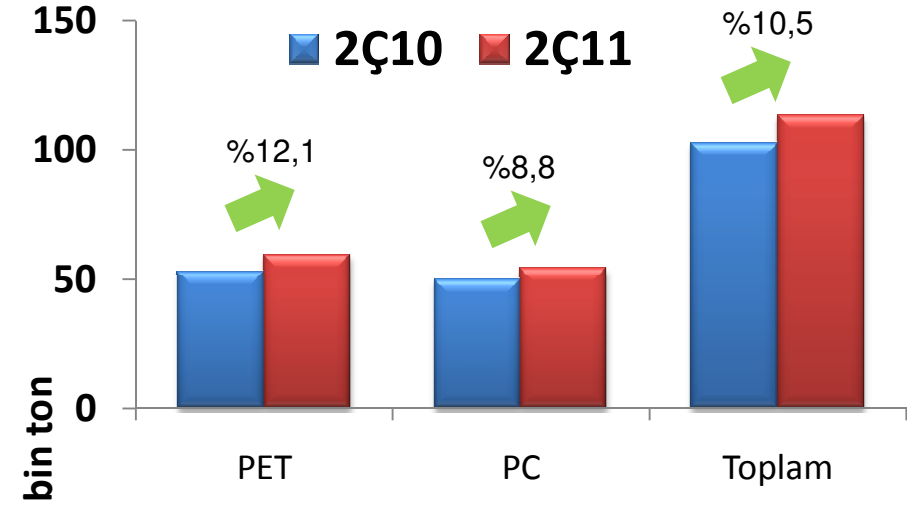
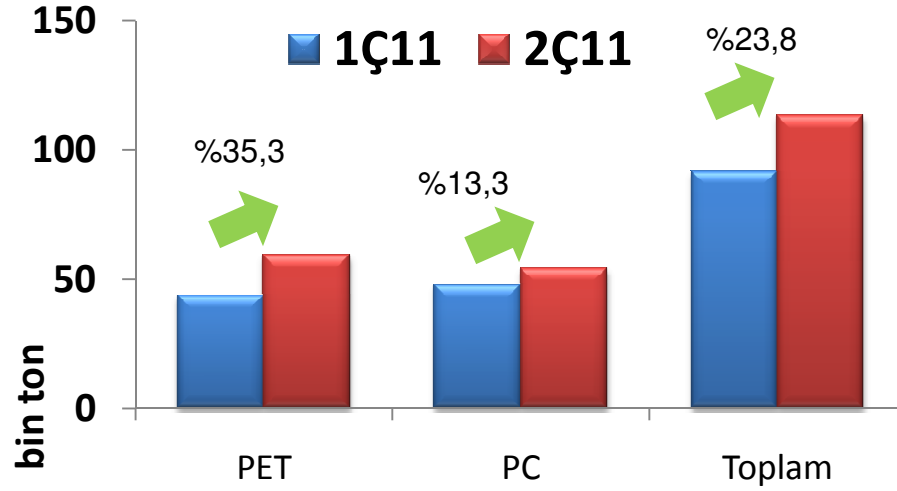
► Pazarda çoğunlukla yerel olan küçük ve ekonomik markalar agresif fiyat rekabetine yol açmaktadır.

Gelir Tablosu

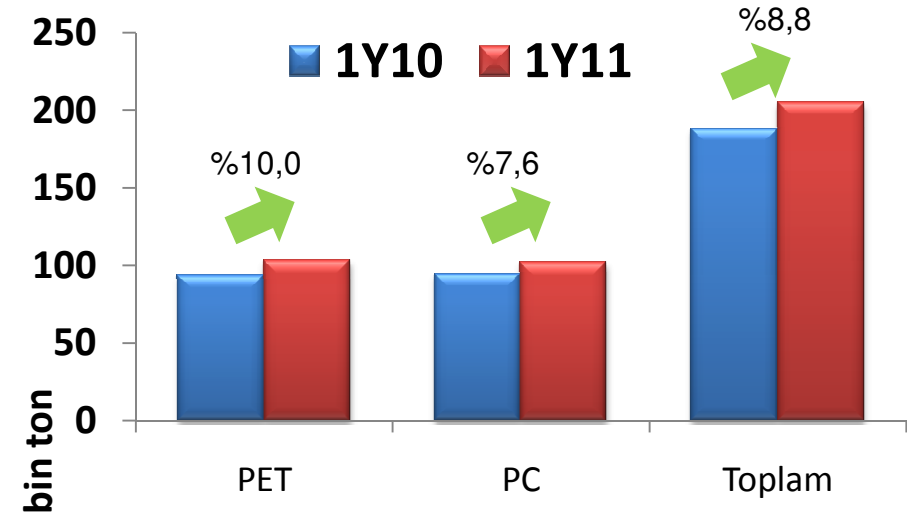


(Milyon TL)	30.06.2011	30.06.2010	Fark	% Değişim
Net Satışlar	38,0	34,7	3,3	9,6
Satılan Malın Maliyeti	(21,1)	(17,5)	(3,6)	20,8
Brüt Kar	16,9	17,2	(0,3)	(1,7)
Satış, Dağıtım ve Pazarlama Giderleri	(14,2)	(11,6)	(2,6)	22,0
Genel Yönetim Giderleri	(4,7)	(4,5)	(0,3)	5,6
Faaliyet Karı	(2,0)	1,1	(3,1)	
Diğer Gelirler	3,4	1,5	1,9	128,6
Diğer Giderler	(1,2)	(0,2)	(1,0)	655,8
Finansal Giderler (Net)	0,4	1,1	(0,7)	(61,5)
Vergi Öncesi Kar	0,7	3,6	(2,9)	(80,9)
Vergi	0,1	(0,6)	0,7	(117,7)
Dönem Net Karı	0,8	3,0	(2,2)	(73,3)
FAVÖK	0,5	3,5	(3,0)	(85,5)
Toplam Varlıklar	95,4	100,3	(4,9)	(4,9)
Özsermaye	64,2	68,6	(4,3)	(6,3)

Tonaj Bazında Büyümler



► Satışlarda tonaj bazında, Pazar eğilimleri paralelinde, PET segmentinde daha fazla olmak üzere büyüme gerçekleştirilmiştir.



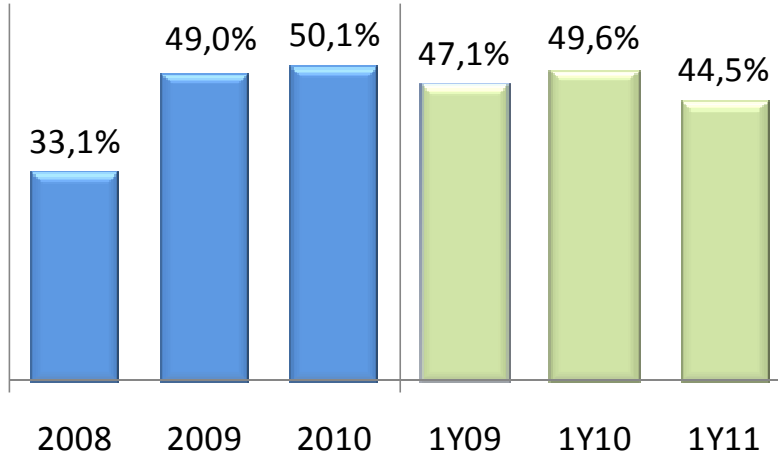
Yaşar

daha iyi bir yaşam için

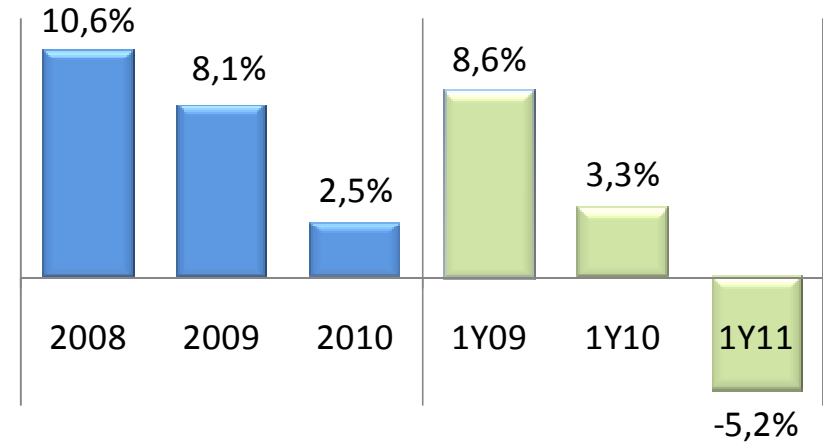
Kar Marjları



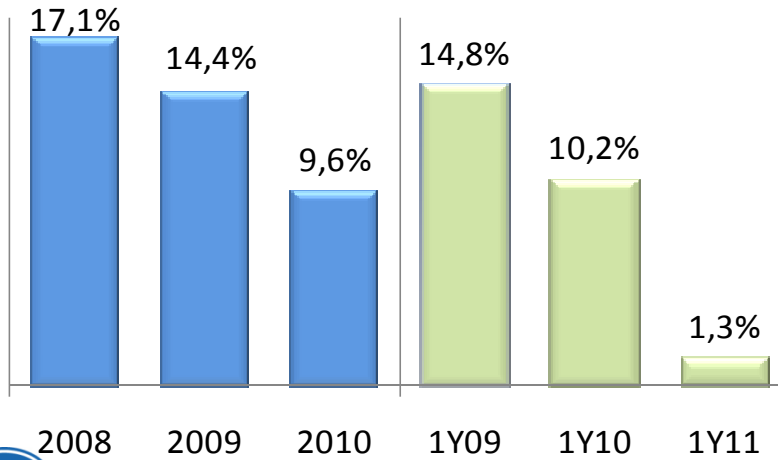
Brüt Kar Marjları (%)



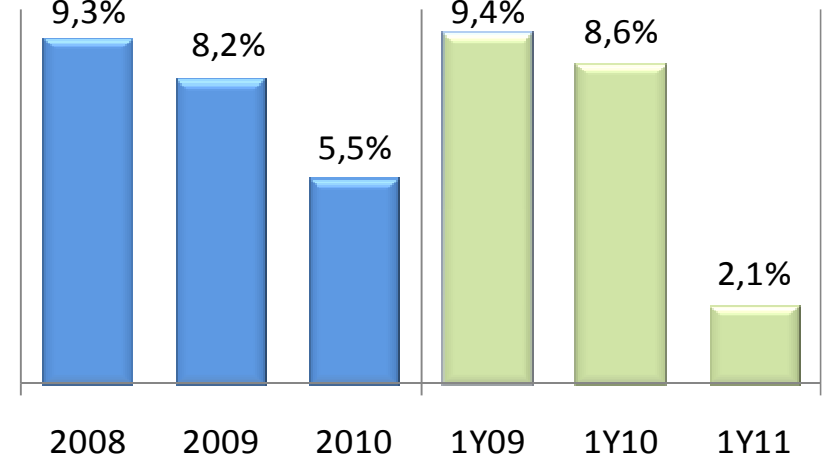
Faaliyet Kar Marjları* (%)



FAVÖK Marjları** (%)



Net Kar Marjları (%)



Yaşar

daha iyi bir yaşam için

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

Slide 14

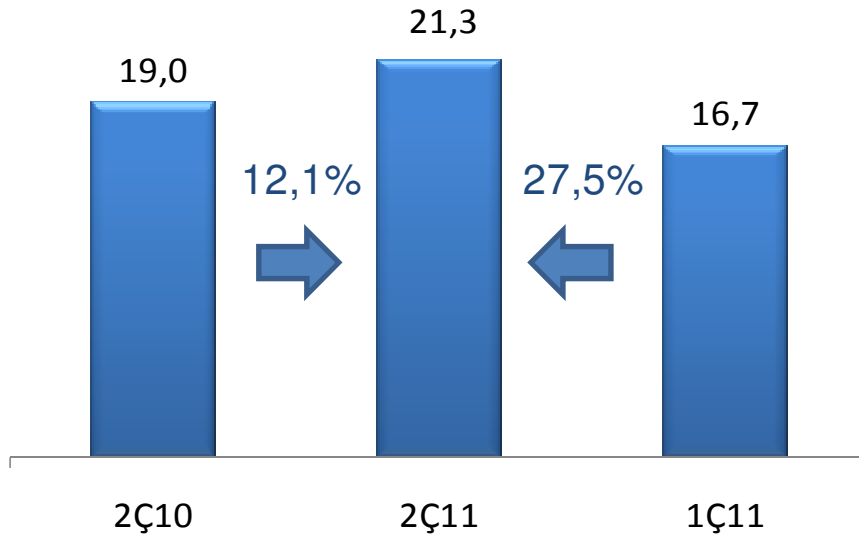
g2

2009 yy çıkarılacak
gokhankavur; 19.08.2011

Çeyrek Dönem Sonuçları



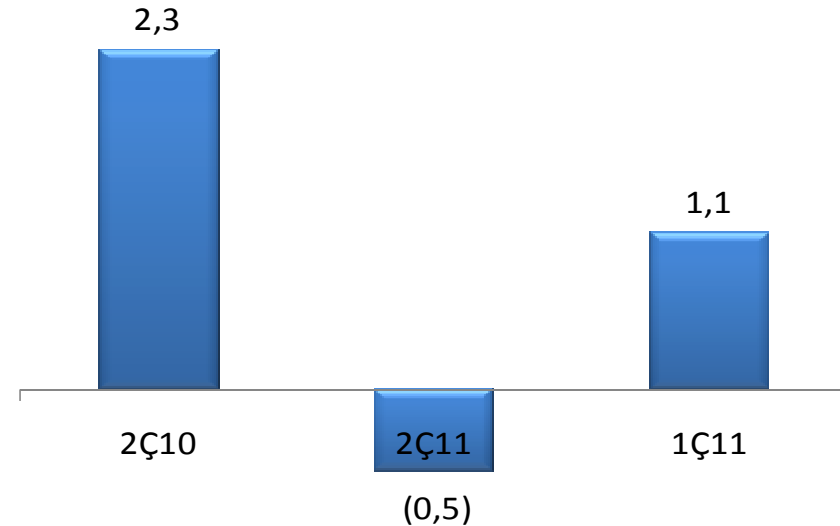
Net Satışlar (Mn TL)



- 2011 yılının özellikle ikinci çeyreğinde preform hammaddesi maliyetlerinin yüksek olması kar marjlarımızı olumsuz etkilemiştir.

- 2011 yılı ikinci çeyreğinde net satışlarımızda geçtiğimiz yılın aynı çeyreğine ve bu yılın ilk çeyreğine kıyasla ağırlıklı olarak tonajdan kaynaklanan artış sağlanmıştır.
- Büyüme stratejimiz çerçevesinde pazarlama yatırımlarımıza ağırlık verilmiştir.

FAVÖK* (Mn TL)



daha iyi bir yaşam için

* Amortisman ve KTK öncesi faaliyet karı

Temel Rasyolar, Net Finansal Borç Net İşletme Sermayesi



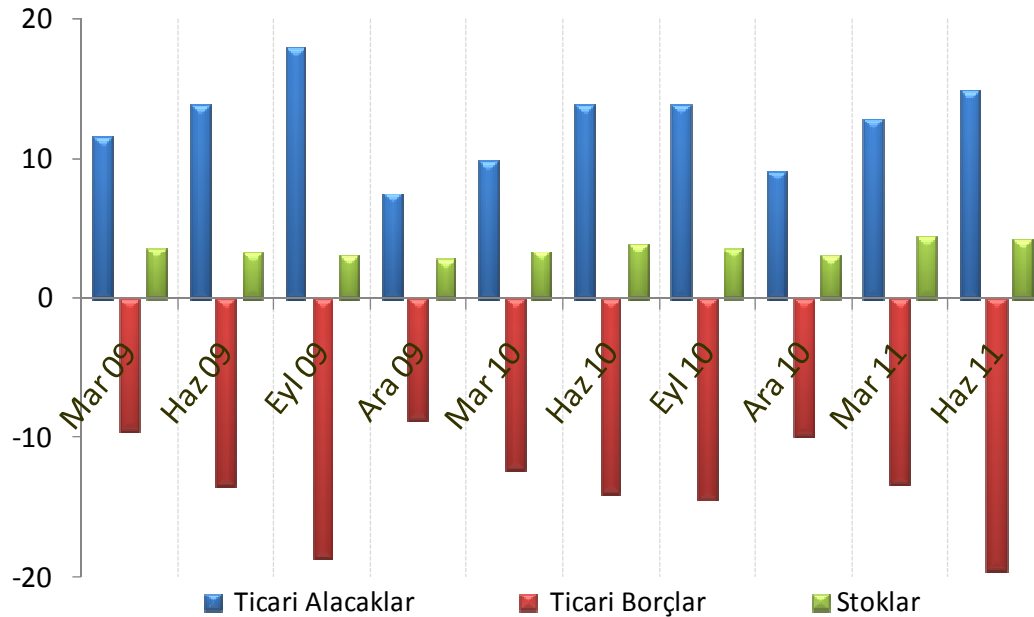
30 Haziran 2011 31 Aralık 2010

Cari Oran	1,13	1,41
Kaldıraç Oranı	0,33	0,24
KD Finansal Borç / Toplam Fin. Borç	0,60	0,52
Net Finansal Borç / EBITDA	0,46	0,36
Toplam Finansal Borç / Sermaye	0,06	0,05

(Milyon TL)

30 Haziran 2011 31 Aralık 2010

Nakit ve Nakit Benzeri Varlıklar	2,1	0,9
Kısa Vadeli Krediler	2,3	1,7
Uzun Vadeli Krediler	1,5	1,6
Net Finansal Borçlar	1,7	2,4



► İşletme faaliyetlerinden sağlanan net nakitte artış %18

1Y10
3,9 Mn TL



1Y11
4,6 Mn TL

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



daha iyi bir yaşam için

2011 1. Yarıyıl 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 yarısında da devam etmiştir.
- ▶ Yapılan reklam kampanyaları, bayi yapılanmaları ve Sipariş Hattı'nın (444 99 00) olumlu etkileri sonucunda 2011 yılı ilk yarısında net satışlarda tonaj artışıyla %9,6 büyüme sağlanmıştır.
- ▶ 2011 yılı ilk yarısında gerek PET ve gerekse PC segmentlerinde satışlarda büyüme sağlamıştır. PET segmentinin büyümesinde 10 lt.'lik satışların katkısı olmuştur.



daha iyi bir yaşam için



- ▶ 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.

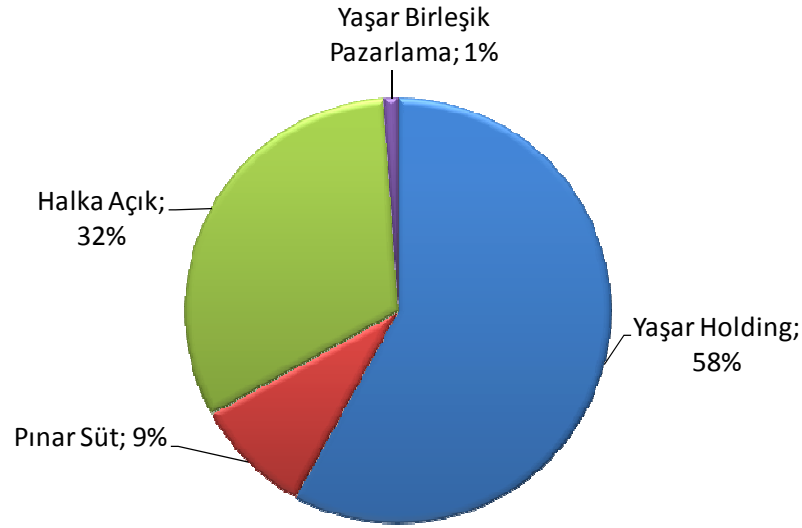
2011 YILI HEDEFLERİ

Net Satışlarda Büyüme: %10 - %12

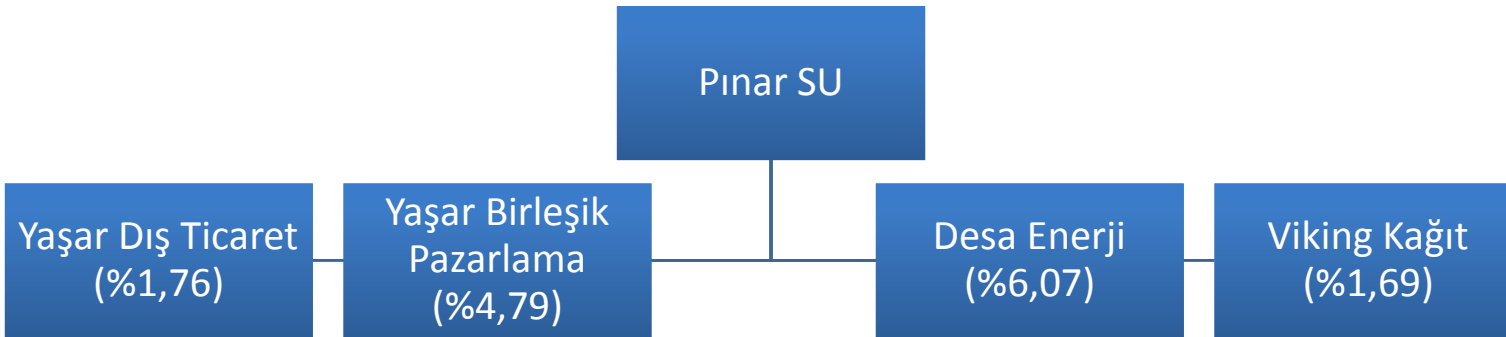
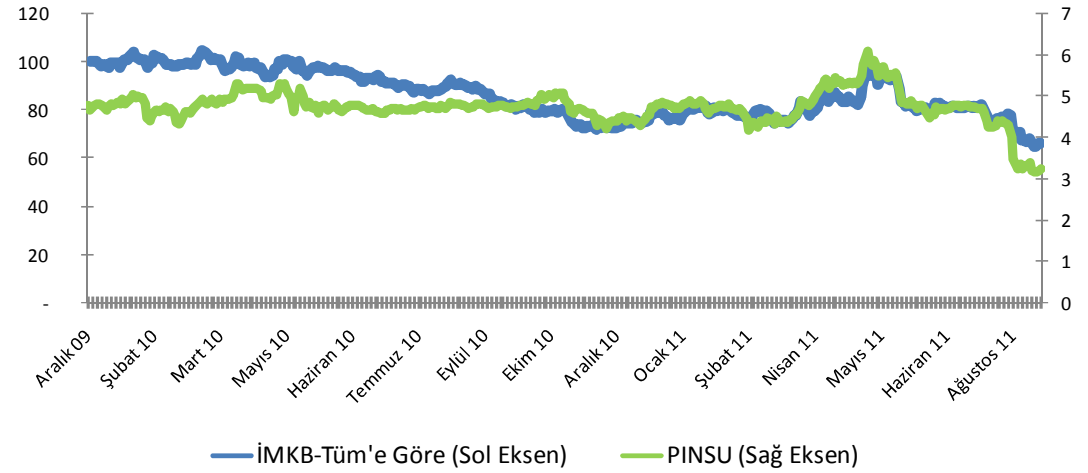
FAVÖK Marjı: %3 - %5

Yatırım: 5 - 6 Mn TL

Ortaklık&İştirak Yapısı – Hisse Performansı



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



Yaşar

daha iyi bir yaşam için

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

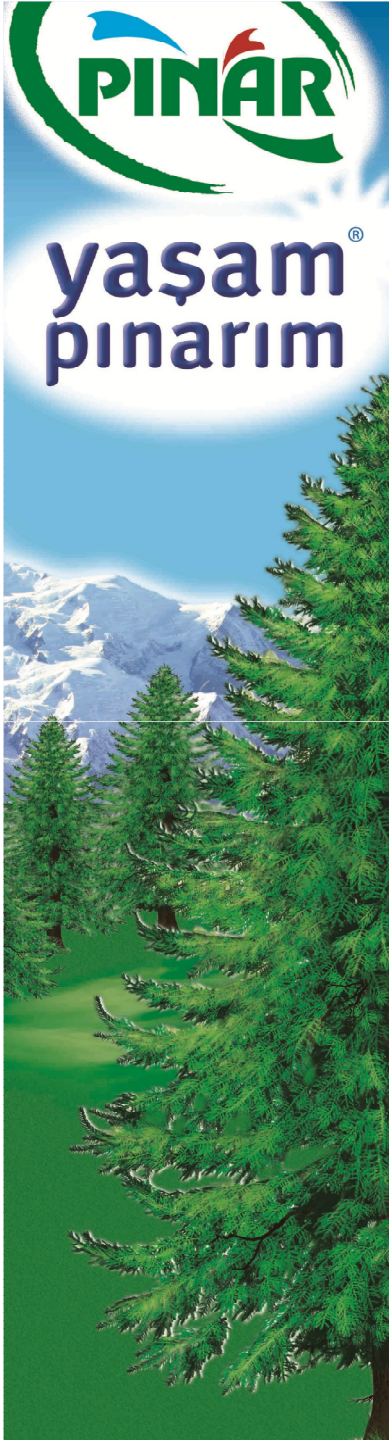
Tel: 90 232 482 22 00

Fax: 90 232 484 17 89

yatirimciiliskileri@pinarsu.com.tr



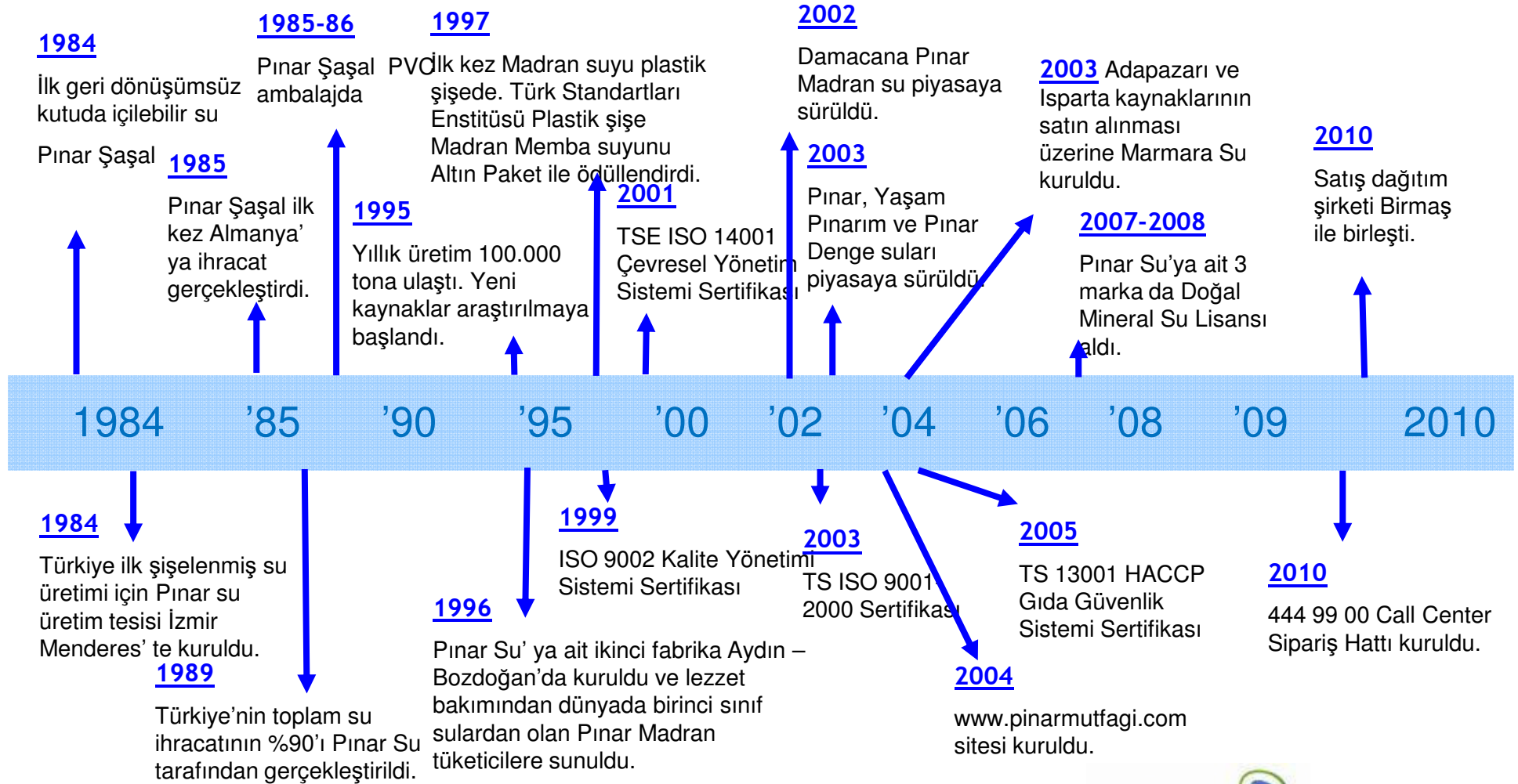
daha iyi bir yaşam için



Teşekkürler

Soru & Cevaplar

Tarihçe



Yaşar

daha iyi bir yaşam için



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.

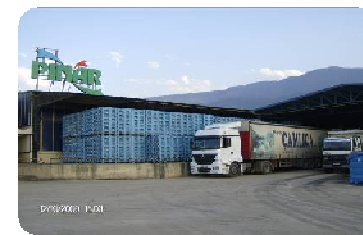
► Toros (2003) / Isparta 210,000 ton kapasiteye sahiptir.



Aydın - Bozdoğan



Isparta - Eğirdir



Sakarya - Hendek



Yaşar

daha iyi bir yaşam için

Tedarik



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)

Doğanın en saf haliyle tüketicilere getirdiği benzersiz hediye



Yaşar

daha iyi bir yaşam için

