



PINAR SU SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

2013 1. Yarıyıl Finansal Sunum

Pınar Su'yun Gücü



- PET ve PC kategorilerinde ilk akla gelen 2 marka içinde
- En iyi ambalajlı su markası
*Kalder, 2011 ve 2012 2. Çeyrek Müşteri Memnuniyeti Anketi

Marka Bilinirliği ve memnuniyet

- Yaygın dağıtım ağı
- Bayi yapılanması ve hizmet kalitesi
- Sipariş hattı uygulaması
- Alternatif sipariş mecraları
- Online Sipariş Sistemi
- Iphone ve Android Uygulaması İle Sipariş

Dağıtım Ağı ve Hizmet

- HACCP Gıda Güvenlik Yönetim Sistemi
- NSF yeterlilik belgesi
- ISO Kalite belgeleri
- İlk TSE belgesi alan Türk içecek markası
- NSF
- Müşteri Memnuniyeti Yönetim Sistemi Sertifikasyonu

Kalite

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

Üretim

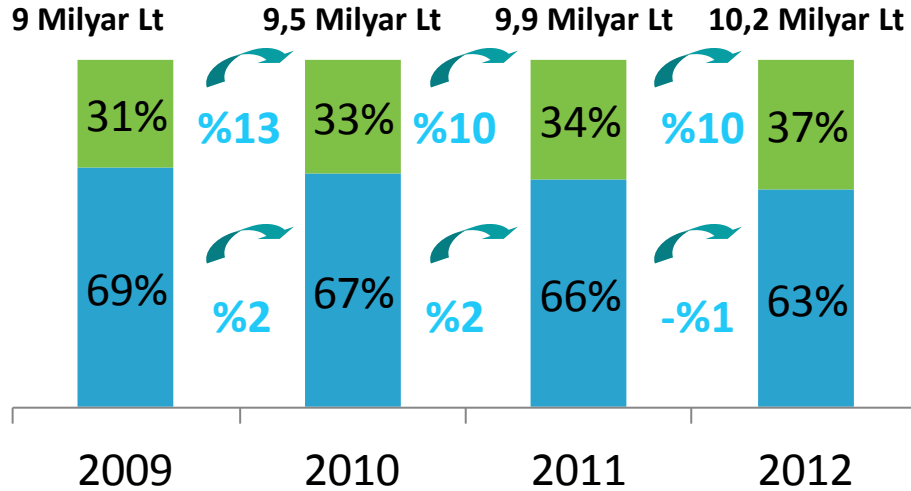
- Madran, Akçağaç ve Gökçeaağaç kaynaklarından pazardaki tüm SKU'larda üretimde bulunmaktadır.
- Yeni ürünler (5 Litre Cam Damacana, 0,5 Litre Pratik Kapaklı Şiriner)
- Mevsim konseptli 0,33cl ve 0,75cl Cam Şişe, 3,25 Lt. Pet
- Sade ve Aromalı Pınar Denge Maden Suyu

Ürün Portföyü

Pazar Dinamikleri



Türkiye’de Şişelenmiş Su Sektöründe PET ve PC Kırılımı



Kaynak: SUDER

■ Damacana

■ PET

Ülkeler Bazında Kişi Başı Ambalajlı Su Tüketimi (2012)

Kişi Başı Su Tüketimi

İtalya	Almanya	Türkiye*	İspanya	Belçika
180 Lt	171 Lt	135 Lt	117 Lt	123 Lt

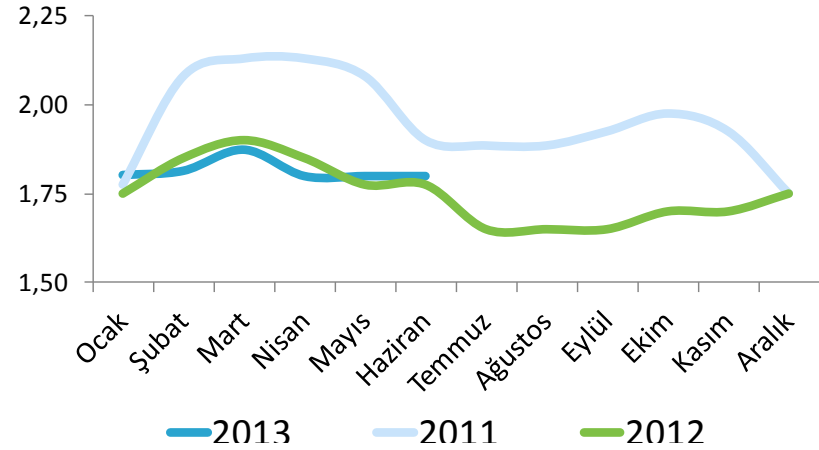
Kaynak: Canadean

* Türkiye verisi SUDER kaynaklıdır.



daha iyi bir yaşam için

Resin Fiyatları (KG/USD)



► Sağlık Bakanlığı ruhsatına sahip 300’den fazla su işletmecisi vardır.

► Sektörün ortalama kapasite kullanım oranı %40’dır. (SUDER)

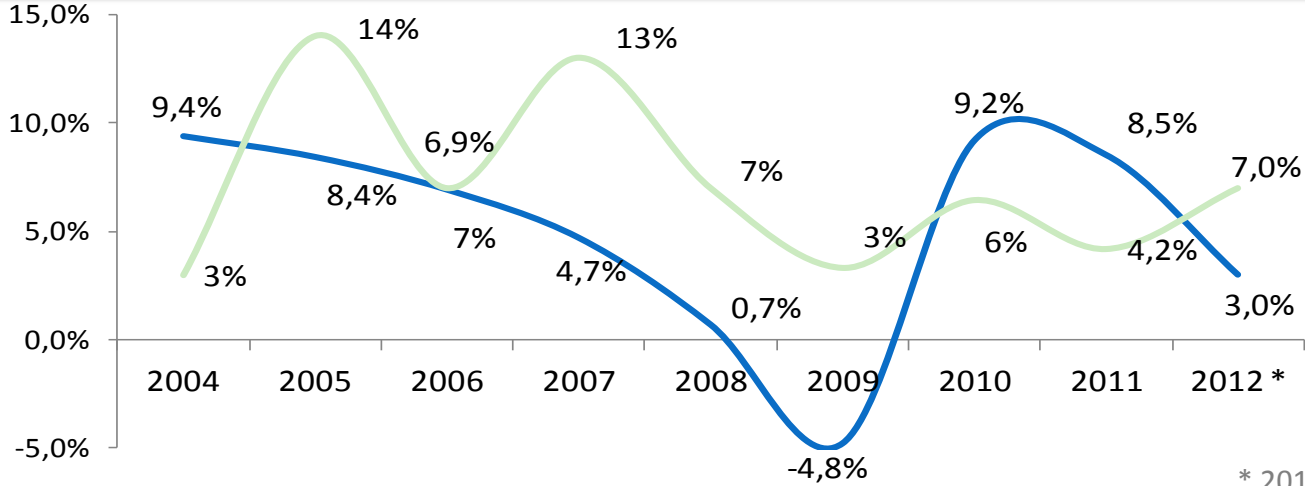
► 2012 yılında Türkiye’de kişi başı su tüketimi 135 lt seviyesine ulaşmıştır. (SUDER)

► Sektör 2012 yılında 27,6 milyon Dolar seviyesinde ambalajlı su ihracatı gerçekleştirmiştir. (TÜİK)

Pazar Dinamikleri - II



Türkiye’de GSYİH ve Şişelenmiş Su Sektörü Büyüme Hızları



► 2012 yılında şişelenmiş su sektöründeki büyüme GSYİH büyümesinin üzerinde gerçekleşmiştir.

* 2012 GSYİH IMF Tahmini

— GSYİH Büyüme Hızı — Türkiye Şişelenmiş Su Sektörü Büyüme Hızı

Kaynak: TÜİK, SUDER

Türkiye’de Şişelenmiş Su Sektörü

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013*
Üretim (milyar TL)	5,7	6,2	7,0	7,8	8,1	8,7	9,0	9,5	9,9	10,3	10,5
Büyükülüğü (milyar TL)	0,6	0,8	1,0	1,2	2,5	3,0	3,1	3,3	3,5	3,7	4,0
Kişi Başı Tüketim (lt)	81	83	93	105	115	122	124	128	133	135	138

Pazara Genel Bakış



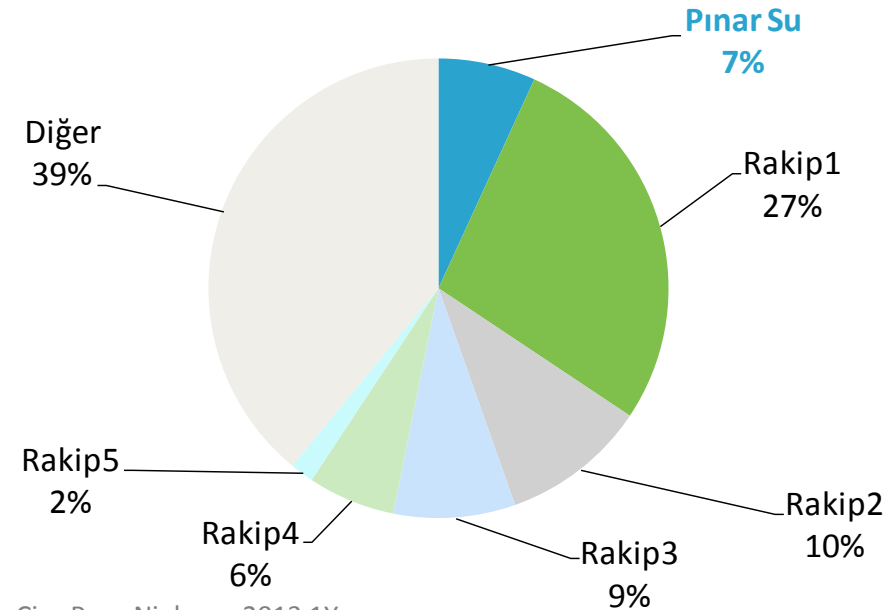
► 2013 ilk yarısında, geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre perakende PET pazarı ciro bazında %15.1, tonaj bazında ise %8.0 büyümüştür. (Nielsen)

► Pinar Su, pazarın üzerinde sağlanan büyümelerle PET segmentinde 2013 yılında geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre Pazar payını artırmıştır.

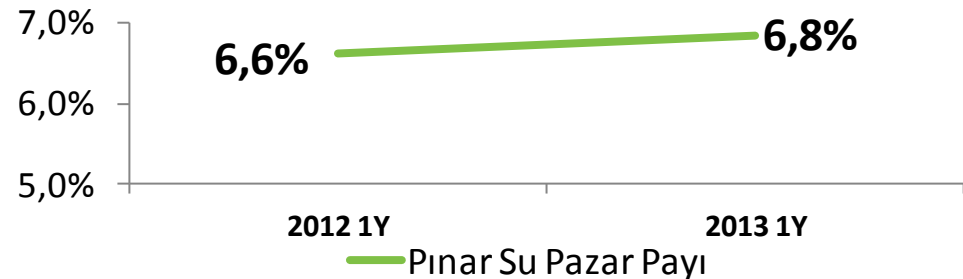
► Nestle, Danone, Coca Cola gibi dünya çapında firmaların yatırımlarını arttırması yüksek pazar potansiyelinin bir göstergesidir. (birleşme & satın almalar, kaynak suyu yatırımları vb.)

► Sektördeki trend, lojistik maliyetlerini optimize edebilmek için su kaynaklarını çoğaltmaktır. Pazarda çok sayıda küçük ölçekli yerel üretici bulunmaktadır.

Doğal Kaynak Suları - PET



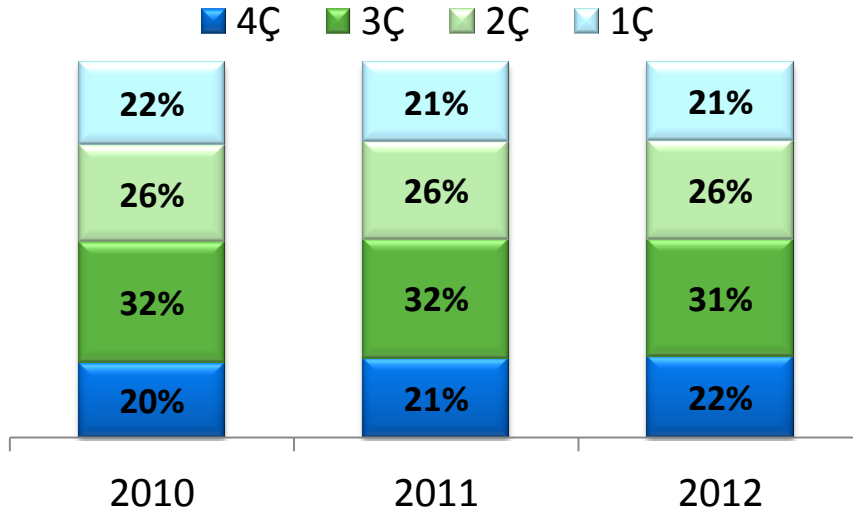
Kaynak: Ciro Payı, Nielsen, 2013 1Y



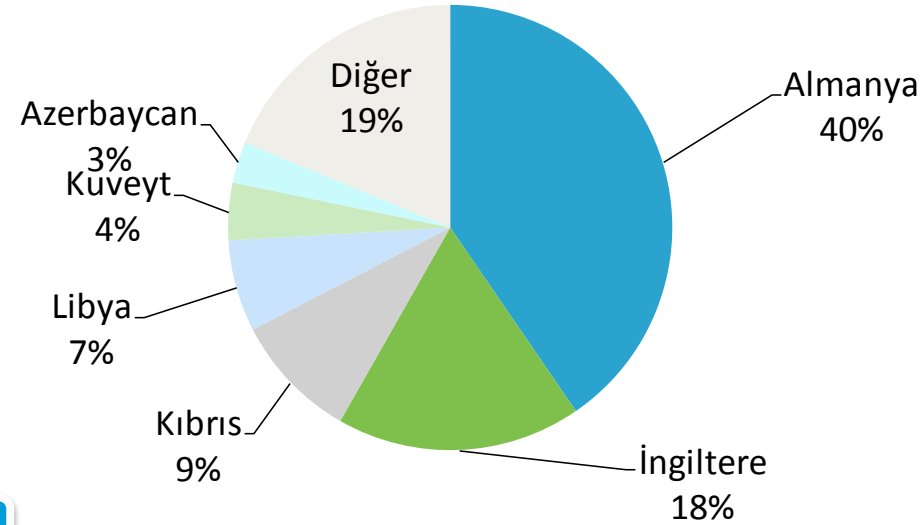
Satış & Dağıtım



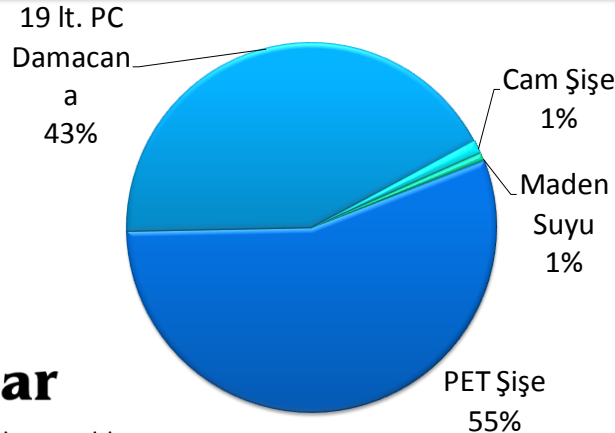
Satış Tonajına Göre Mevsimsellik



Yurtdışı Satışlar (2013 1Y)



Satış Miktarının PET/PC Kırılımı (2013 1Y)



► 2013 ilk yarısında, ihracat gelirlerimizin toplam satışlar içindeki payı %6,6 (2012 1Y:%7,8) seviyesindedir.

Yeni Konsept&Yeni Ürünler 2012



Yeni 3 Boyutlu Şirinler ile ambalajlarımız yenilendi!

Sağlıklı nesiller için sağlıklı su tüketimi anlayışıyla hareket eden Pınar, Şirinler 0,5 litre Pratik Kapaklı ürün etiketlerini yeniledi.



► “Pınar Su, mevsim konseptli özel cam şişe serisine 2013 yılında da devam ediyor. 2013 serisinin ilki olan; “yaz mevsimi” temalı cam şişesini tüketicilerinin beğenisine sundu.

► Yaz Konsepti sonrasında Sonbahar, Kış ve İlkbahar konseptli cam şişe tasarımları da 3 aylık periodlarda pazara sunulmaya devam edecek olan cam şişelerimiz tüketicilerin merakla beklediği seri haline gelmiştir.



Yeni Konsept&Yeni Ürünler 2013



Sağlıkla lezzetin en dengeli hali! Yeni Pınar Denge Maden Suyu

Pınar ailesinin yeni üyesi; “Pınar Denge Maden Suyu”; Sade, Meyve aromalı ve C Vitaminli Meyve aromalı çeşitleri ile sağlık ve lezzet sunuyor.

Pınar Denge Pınar Denge Doğal Maden Suyu, zengin mineralli içeriği ile, sağlıklı bir yaşam için en doğal yardımcınız olmaya aday.



Ana İletişim Kampanyası - 2013



Pınar'ın 3 kaynağındaki ortak özellik olan Anadolu'nun el değmemiş, doğal kaynaklarından gelen saf ve temiz su temasının 2013 yılında TV iletişimi hedeflenmektedir.

- TV
- Açık hava



Spor kıyafetleriyle bir kadın Pınar Su şişesine doğru yaklaşıyor. Spordan döndüğü için yorgun gözüküyor.



Pınar Su'dan tekrar kana kana içtiğini görürüz.



Ebru Şallı, Pınar Su'ya bakar.



Şirin bir Anadolu köyünün üzerinden geçiyor. Yolculuk boyunca Ebru Şallı konuşur. Ebru Şallı: **HER YUDUMU...**



Pınar Su'yu aldığı kadın Ebru Şallı olduğunu anlar. Pınar Su'dan kana kana içmeye başlar.



Ebru Şallı, Pınar Su'dan içince önce bir ferahlama hisseder.



Gülümser ve vücuduna gelen zindelik/tazelene hissinin Pınar Su'dan gelen yaşam enerjisi sayesinde olduğunu anlar.



Tertemiz ve berrak bir pınarın üzerinden geçen kayaların arasından dökülen suyun içine girer. Ebru Şallı: **...ANADOLU PINARLARININ YAŞAM ENERJİSİYLE DOLU.**



Sudan içtikten hemen sonra Ebru Şallı'nın eli ve kolu, kendiliğinden "istemsiz - bağımsız" bir şekilde oynamağa başlar.



Hemen ardından bu defa vücudunun diğer bölgeleri de kendiliğinden, Ebru Şallı'nın kontrolü dışında hareket etmeye başlar.



Ebru Şallı'nın elindeki Pınar Su şişesine doğru yaklaşıyor. Şişe üzerindeki çam ağacının içine girer.



Mağara içinde, fukradayan berrak sular içinden çıkan Pınar Su'yu görürüz. Anadolu doğasında yapılan yolculuk, Pınar Su'nun kaynağına varmasıyla bittir. Ebru Şallı: **PINAR SU, YAŞAM PINARIM.**



Ebru Şallı Pınar Su'ya doğru bir bakış atar. Gelen tazelenme hissinin ve enerjinin kaynağı Pınar Su mu diye düşünür?



Ebru Şallı'nın tüm vücudu Pınar Su'dan gelen yaşam enerjisiyle müzikle atarak içinde dans eder gibi hareketler sergiler.



Pınar Su şişesi içinden çok güzel bir Anadolu doğasına açılır. Kuş uçuşu Anadolu doğasında ilerlemeye başlar.



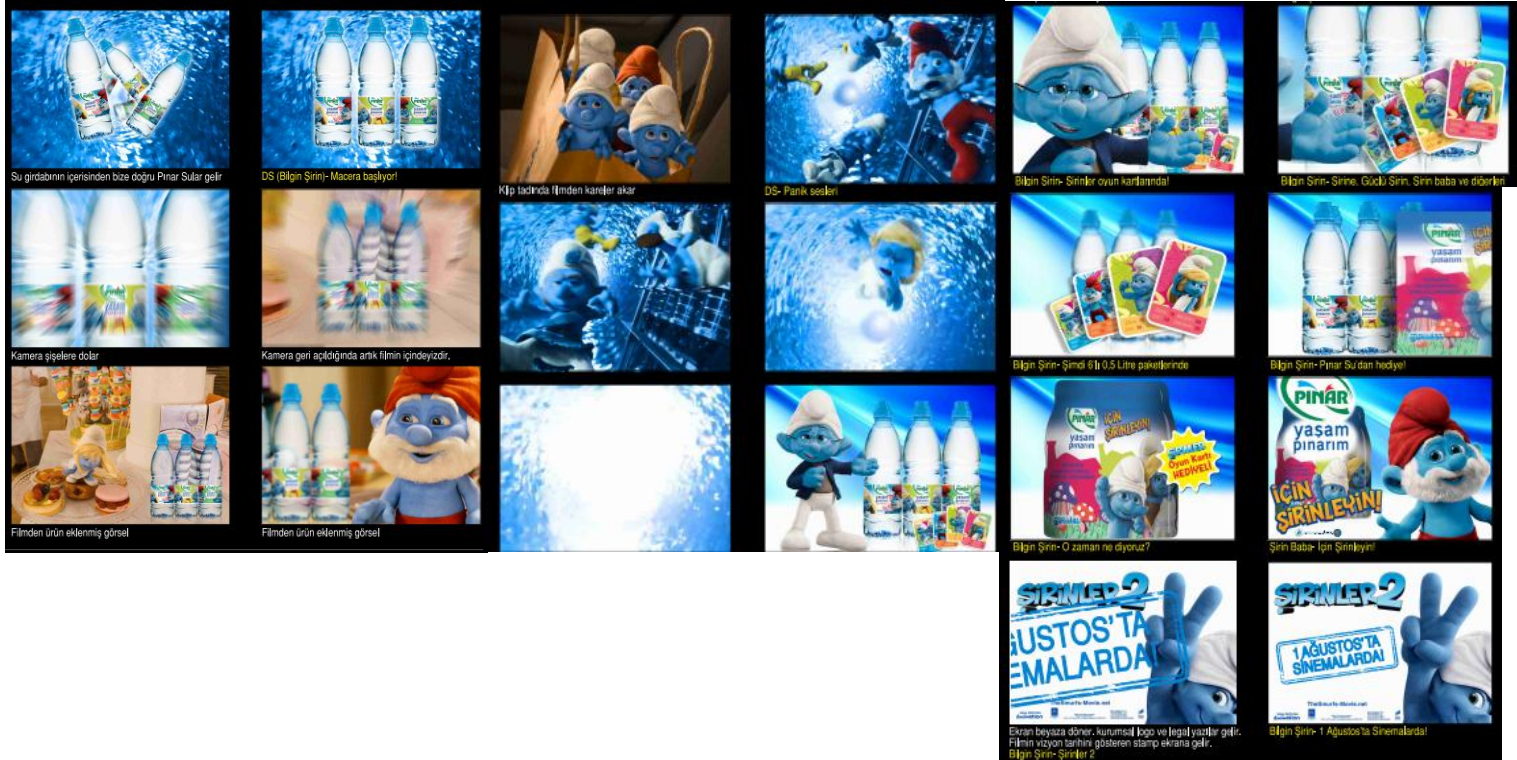
Tüm Pınar Su ailesini Türkiye'nin doğal güzelliklerinden geçiren.

Şirinler Promosyon kampanyası - 2013



Şirinler Sinema filmindeki 3 boyutlu Şirinler ile yenilenen ambalajlar

•TV

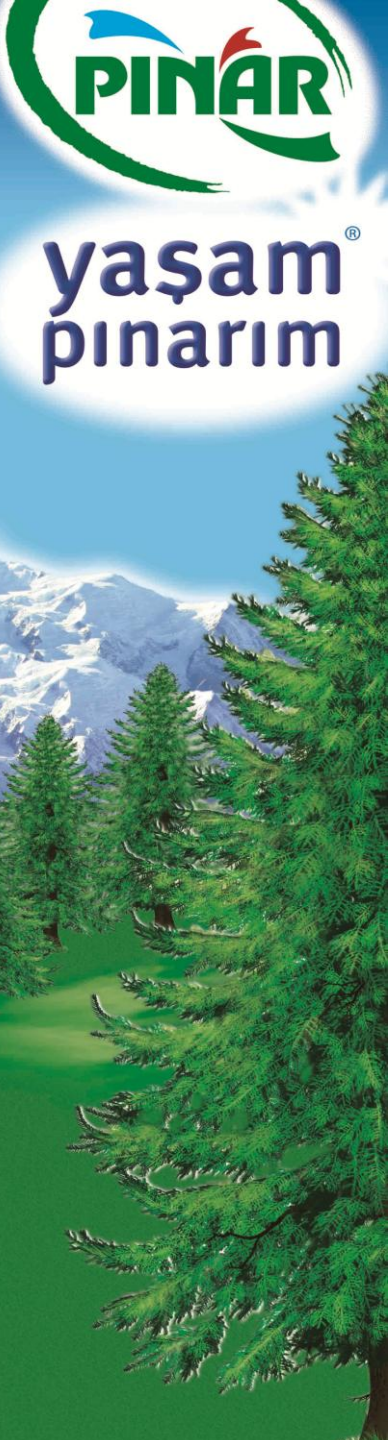


Hendek ve Isparta'da kapasite artışı

2013 yılında yenileme ve modernizasyon yatırımlarımıza ilave olarak, Hendek tesisimize 0,5/1,5 lt ve 5/10 lt olmak üzere son teknolojiyle donatılmış, yüksek hızlı iki yeni hat alınmış olup Hendek'e yerleştirilmiştir.

Hendek'e 2 yeni hat gelmesiyle, burada mevcut olan hatlarımızdan ikisi Isparta'ya taşınmış ve Isparta'da kapasite ve hız artışı sağlanmıştır.



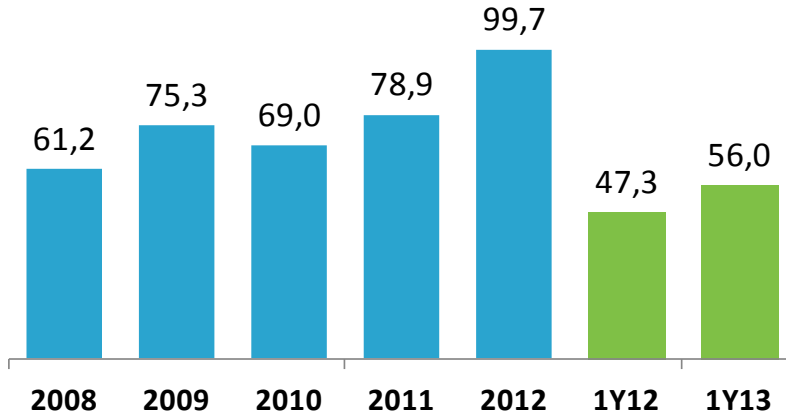


FİNANSAL SONUÇLAR

Sales and Profitability



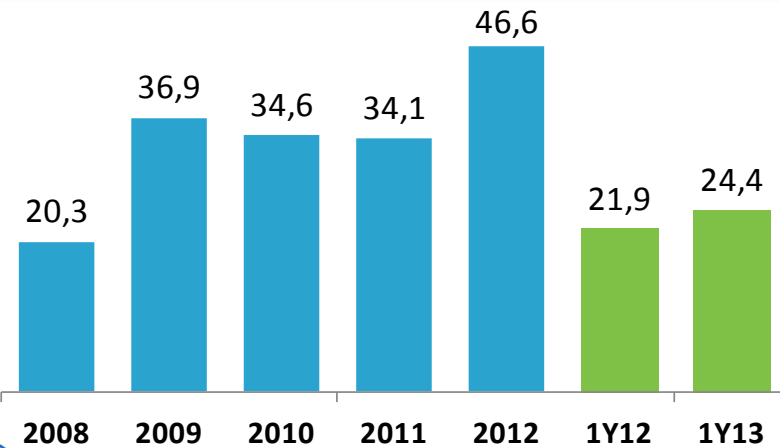
Net Satışlar (Mn TL)



► 2013 yılının ilk yarısında, satışlar 2012 yılının aynı dönemine göre tonaj bazında %5 düzeyinde büyürken ciro olarak %18,6'lık bir büyüme kaydedilmiştir.

► 2013 yılında; gerek hammadde orjin fiyatlarında ve gerekse döviz kurlarında yaşanan artışa ve yapılan yatırımlara rağmen, satış tarafında fiyat alınarak ve büyümenin de etkisiyle karlılık korunmuştur.

Brüt Kar (Mn TL)



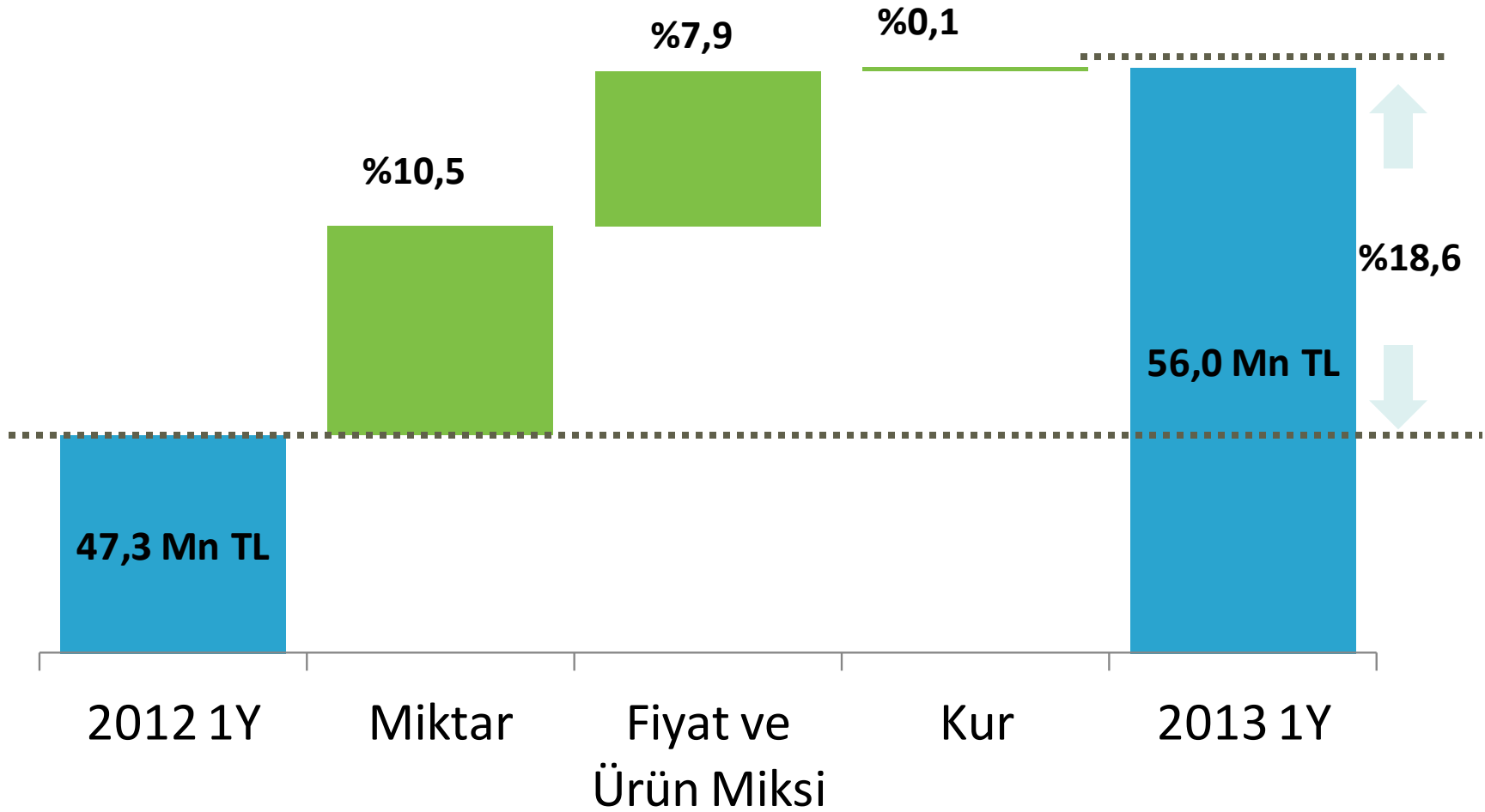
► Satış ve dağıtım ağı güçlendirilmekte, stratejilerimiz paralelinde pazarlama yatırımlarına devam edilmektedir.

Gelir Tablosu



(Milyon TL)	30.06.2013	30.06.2012	Fark	% Değişim
Net Satışlar	56,0	47,3	8,8	18,6
Satılan Malın Maliyeti	(31,6)	(25,4)	(6,3)	24,7
Brüt Kar	24,4	21,9	2,5	11,5
Satış, Dağıtım ve Pazarlama Giderleri	(19,5)	(17,4)	(2,2)	12,4
Genel Yönetim Giderleri	(6,2)	(5,2)	(1,0)	20,0
Faaliyet Karı	(1,3)	(0,7)	(0,7)	(101,5)
Diğer Gelirler	0,7	0,9	(0,2)	(20,7)
Diğer Giderler	(0,2)	(0,3)	0,1	(25,6)
Finansal Giderler (Net)	0,0	0,8	(0,8)	(95,5)
Vergi Öncesi Kar	(0,7)	0,8	(1,5)	(188,8)
Vergi	1,8	(0,0)	1,8	(10.191,1)
Dönem Net Karı	1,1	0,8	0,3	33,5
FAVÖK	1,5	1,9	(0,4)	(22,3)
Toplam Varlıklar	136,2	117,4	18,8	16,1
Özsermaye	77,1	74,4	2,7	3,6

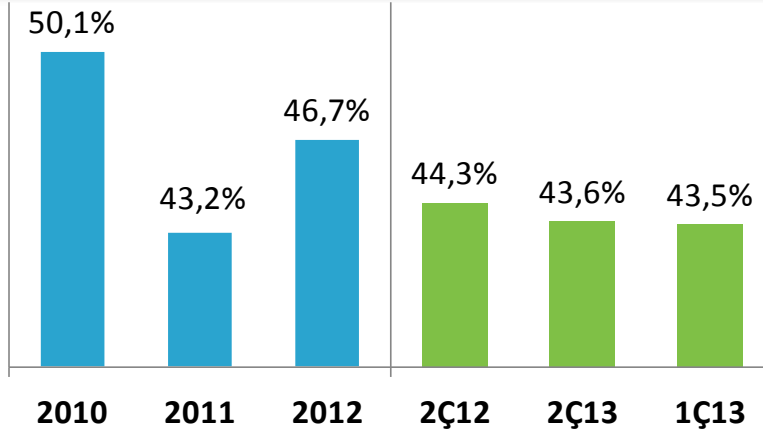
Büyüme Analizi



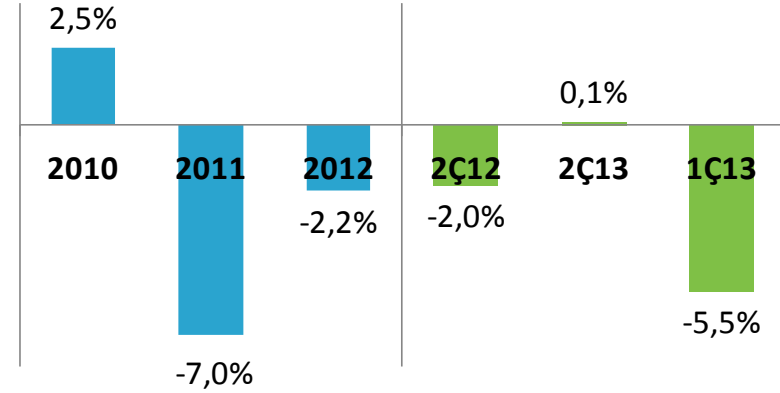
Kar Marjları



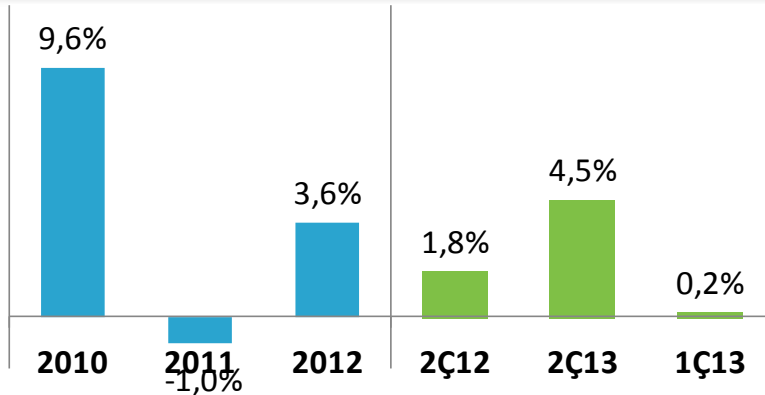
Brüt Kar Marjları (%)



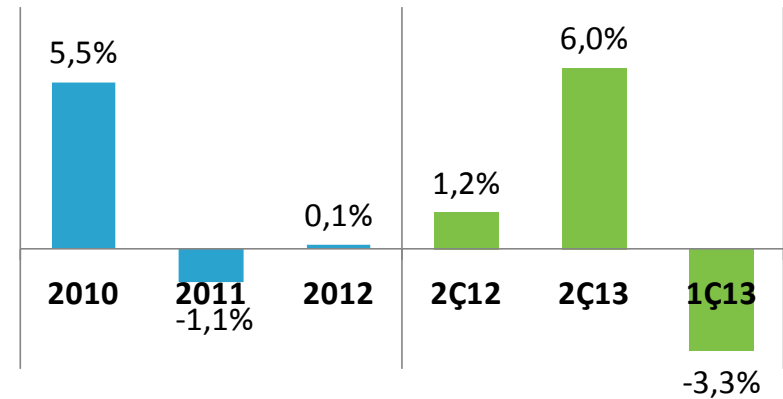
Faaliyet Kar Marjları *(%)



FAVÖK Marjları ** (%)



Net Kar Marjları (%)



Yaşar

daha iyi bir yaşam için

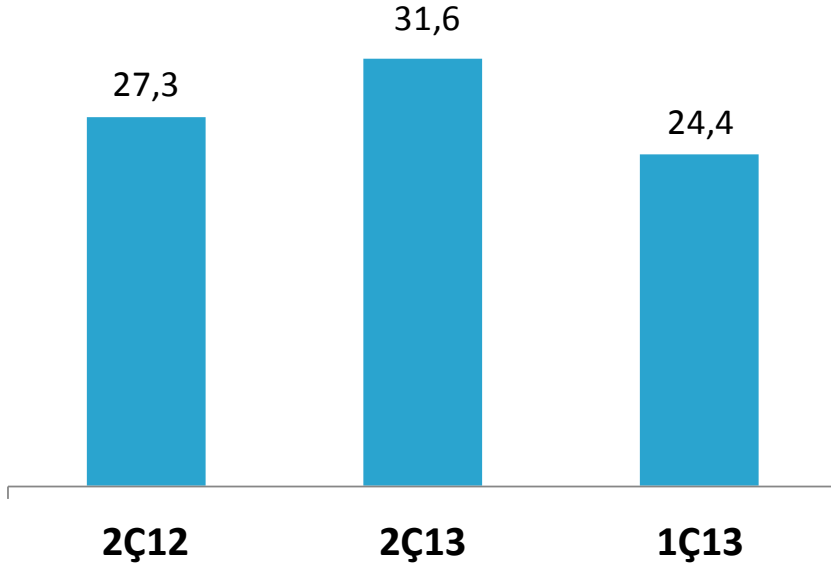
* Diğer gelir ve giderler hariç

** Amortisman ve KTK öncesi faaliyet karı

Çeyrek Dönem Sonuçları



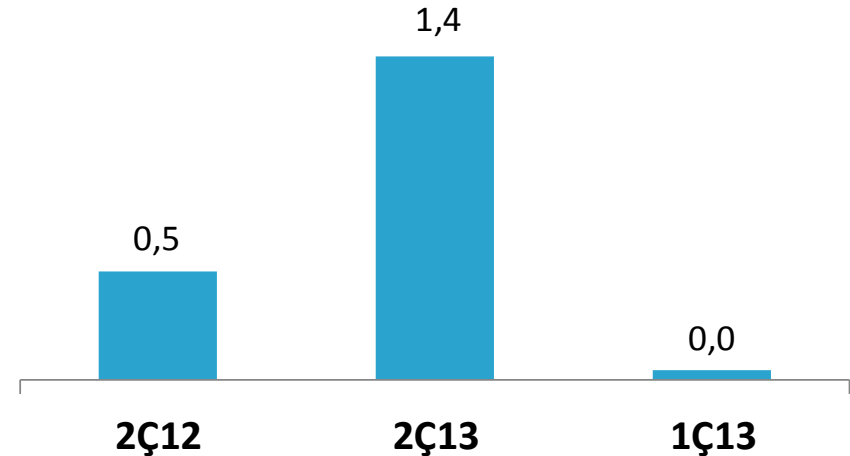
Net Satışlar (Mn TL)



- ▶ 2013 yılının ikinci çeyreğinde, gerek aynı yılın ilk çeyreğine ve gerekse 2012 yılının aynı döneminde kıyasla, net satışlarımızda tonajdan ve fiyattan kaynaklanan artışlar sağlanmıştır.

- ▶ Faaliyet giderlerinde sağladığımız iyileşme karlılığımıza olumlu yansımıştır.

FAVÖK * (Mn TL)



Temel Rasyolar, Net Finansal Borç

Net İşletme Sermayesi



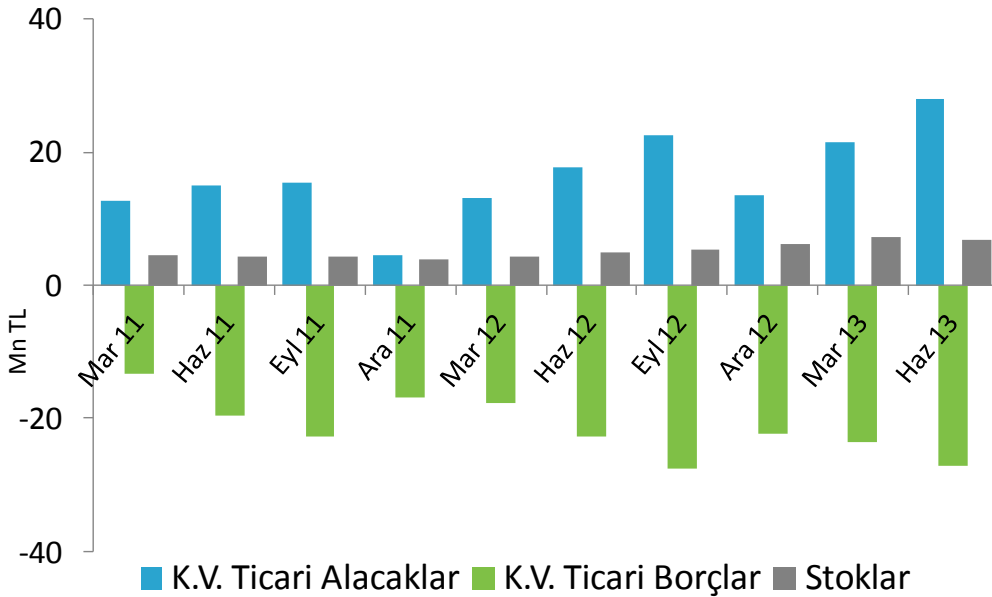
30 Haziran 2013 30 Haziran 2012

Cari Oran	0,90	1,02
Kaldıraç Oranı	0,43	0,37
KD Finansal Borç / Toplam Fin. Borç	0,60	0,97
Net Finansal Borç / EBITDA	3,39	4,46
Toplam Finansal Borç / Sermaye	0,14	0,12

(Milyon TL)

30 Haziran 2013 30 Haziran 2012

Nakit ve Nakit Benzeri Varlıklar	0,94	1,84
Kısa Vadeli Krediler	6,66	8,41
Uzun Vadeli Krediler	4,50	0,30
Net Finansal Borçlar	10,22	6,87



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

2013 1Y Değerlendirmesi



- ▶ 2013 yılında, gerek hammadde orjin fiyatlarında ve gerekse döviz kurlarında yaşanan artışa ve yapılan yatırımlara rağmen, satış tarafında fiyat alınarak ve büyümenin de etkisiyle karlılık korunmuştur.
- ▶ Pazarda agresif fiyat rekabeti devam etmektedir.
- ▶ Devam eden pazarlama yatırımlarının da etkisiyle 2013 yılının ilk yarısında geçtiğimiz yıla göre net satışlarda tonaj ve fiyat artışıyla %18,6 büyüme sağlanmıştır. Pinar Su geçen yılın aynı dönemine göre pazar payını artırmıştır.
- ▶ Kalite ve güvenilirliğiyle ön plana çıkan firmaların orta ve uzun vadede büyümeye devam edeceği düşünülmektedir.

Stratejiler ve Hedefler

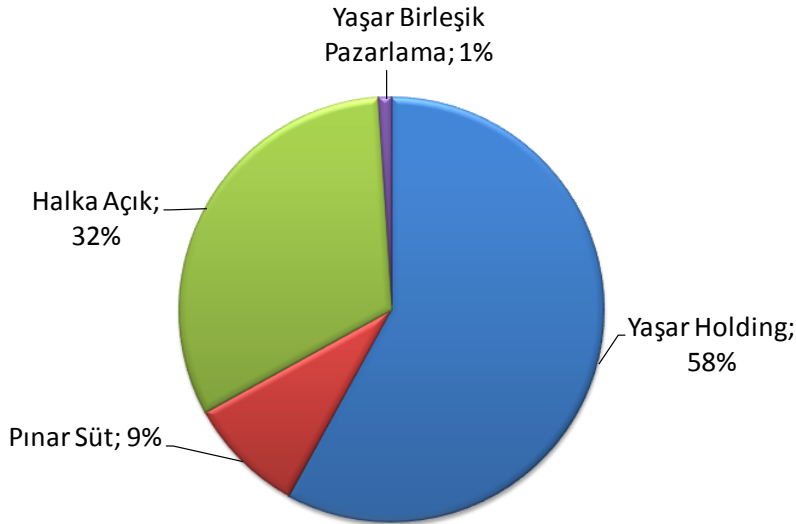


- ▶ Pet ve PC işlerimizin her ikisinde de pazarın üzerinde bir büyüme göstererek pazar payımızı arttırmak.
- ▶ Tüm değer zincirinde süreç ve maliyet odaklı yaklaşımla, kaliteden ödün vermeden, süreçlerimizi Yalın Sigma vb. araçlarla iyileştirerek karlılığımızı maksimize etmek.
- ▶ Hizmet kalitemizi üst 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.
- ▶ İhracatta özellikle Avrupa ile birlikte Ortadoğu ve Kuzey Afrika'da büyüme hedeflenmektedir.

Ortaklık&İştirak Yapısı – Hisse Performansı

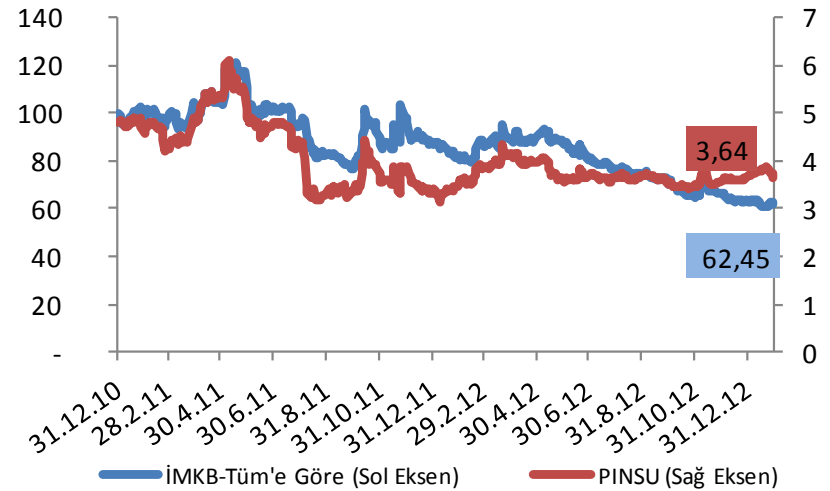


Ortaklık Yapısı

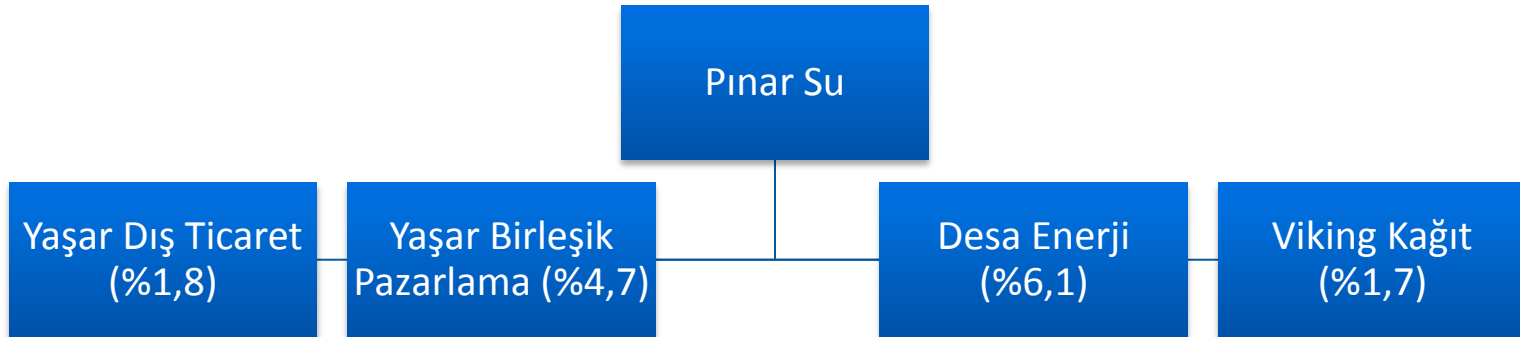


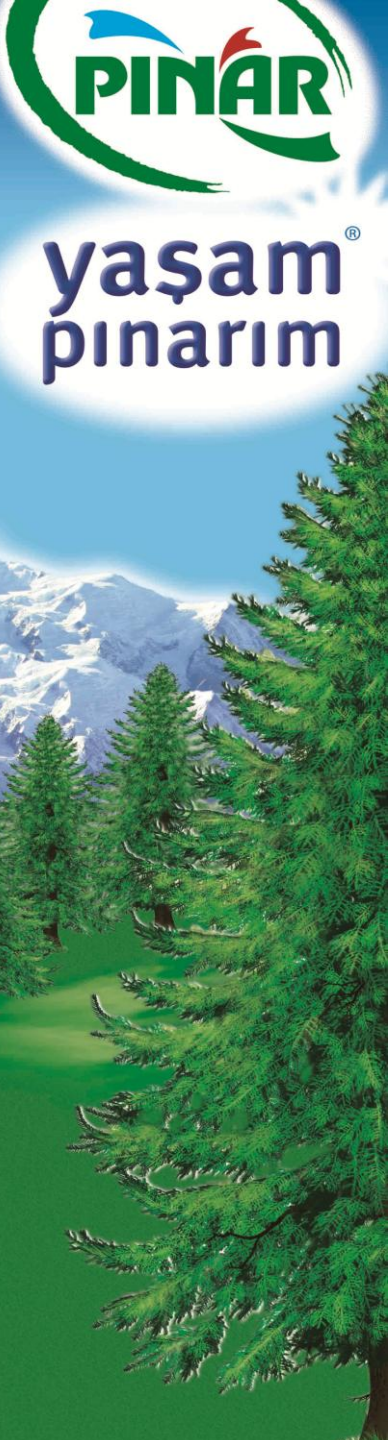
Hisse Performansı

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



31.12.2010 = 100





Teşekkür ederiz.