



PINAR SÜT MAMULLERİ SANAYİİ A.Ş.

2016-3Ç Finansal Sunumu



2016-3Ç | Başlıca Gelişmeler

Süt Ürünleri Pazarı*

- 2016-9A'da ciro bazında %3,4'lük büyüme
- 2016-9A'da tonaj bazında %1,6 büyüme
- Yoğurt dışındaki kategorilerde büyüme

Tüketici Fiyatları Endeksi

- Yıllık tüketici fiyatları endeksi (TÜFE) %7,28
- %4,16 düzeyine gerileyen gıda yıllık enflasyonunda turizm sektörü talebindeki gerileme ve Rusya'ya yapılan ihracatta kaydedilen düşüşün etkileri hissedilmiştir.

Çiğ Süt Taban Fiyatları

- Ulusal Süt Konseyi'nin açıkladığı çiğ süt taban fiyatları Temmuz - 2014'ten itibaren bir artış göstermemiş olup litre başına 1,15 TL seviyesindedir.

2016-9A Finansal Özet

- Net satışlarımız 798,4 milyon TL
- FAVÖK 75,9 milyon TL
- Net dönem kârı 55,5 milyon TL

Kaynak:TCMB

* Toplam süt, sürülebilir peynir, yoğurt, ayran ve tereyağından oluşmaktadır. (BİM&A101 hariç, Nielsen)

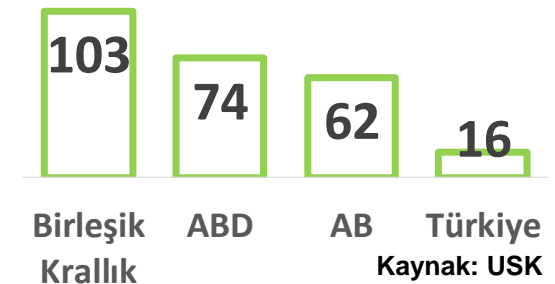
2016-3Ç | Pazar Dinamikleri

Türkiye'de Yıllık Süt Üretimi (Milyon Ton)

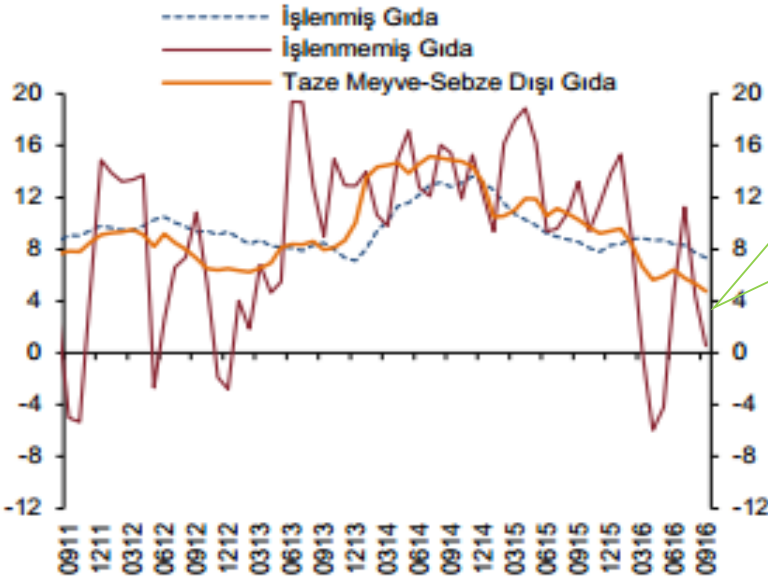
Kaynak: TÜİK

Yıl	Üretilen Süt
2002	8,4
2003	10,6
2004	10,7
2005	11,1
2006	12,0
2007	12,3
2008	12,2
2009	12,5
2010	13,5
2011	15,1
2012	17,4
2013	18,2
2014	18,6
2015	18,7

Kişi Başı Paketli Süt Tüketimi (Lt)



Gıda Fiyatları (Yıllık Yüzde Değişim)



Türkiye'de Hayvan Varlığı

	Küçükbaş	Büyükbaş	Toplam	Büyüme
2013	38,5 m	14,5 m	53,0 m	
2014	41,5 m	14,3 m	55,8 m	+5,3%
2015	41,9 m	14,1 m	56,1 m	+0,4%

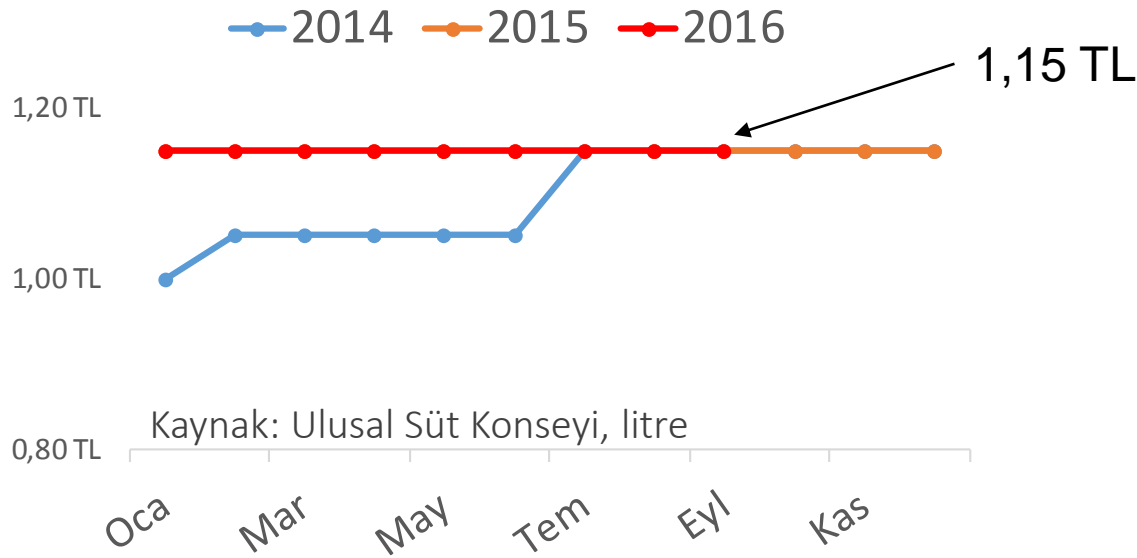
Kaynak: TÜİK

Paketli Süt Ürünleri (%)

	2013	2014	2015	2016-1Y
Süt	47,0%	46,9%	45,8%	40,6%
Peynir	37,2%	42,8%	46,1%	51,4%

Kaynak: IPSOS

2016-3Ç | Pazar Dinamikleri



Çiğ Süt Taban Fiyatları

- Temmuz 2014'ten itibaren Ulusal Süt Konseyi çiğ süt taban fiyatlarında artış gerçekleştirmemiştir.

2016 yılının üçüncü çeyreğinde 2015 yılının aynı dönemine göre çiğ süt taban fiyatları sabit kalmıştır.

	Miktar Payı		Penetrasyon	
	2015-1Y	2016-1Y	2015-1Y	2016-1Y
UHT Süt	42,8%	40,6%	90,7	91,2

Paketli Süt Ürünleri

- Artan penetrasyon

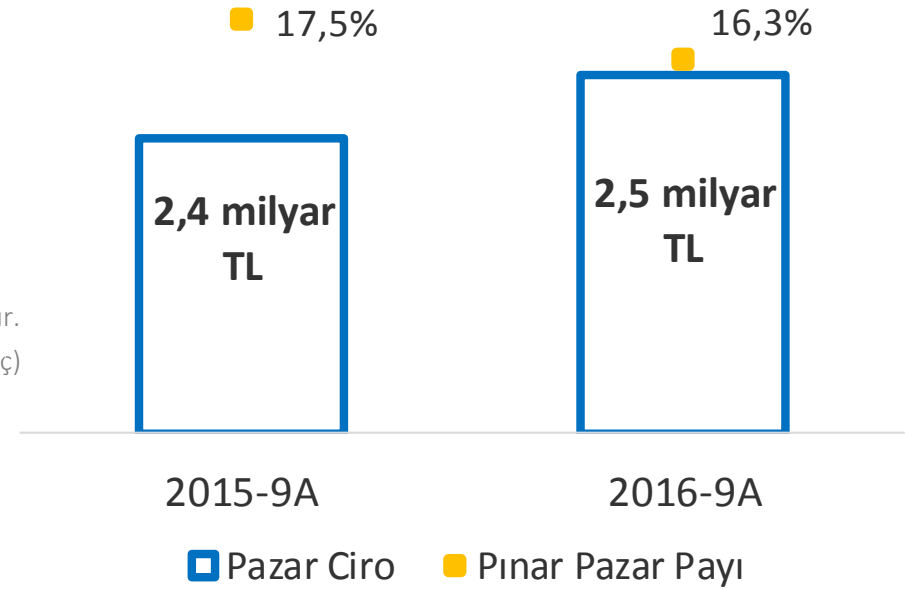
	Miktar Payı		Penetrasyon	
	2015-1Y	2016-1Y	2015-1Y	2016-1Y
Paketli Peynir	44,9%	48,6%	89,4	91,5
Paketsiz Peynir	55,1%	51,4%	82,1	78,6

2016-3Ç | Pazar

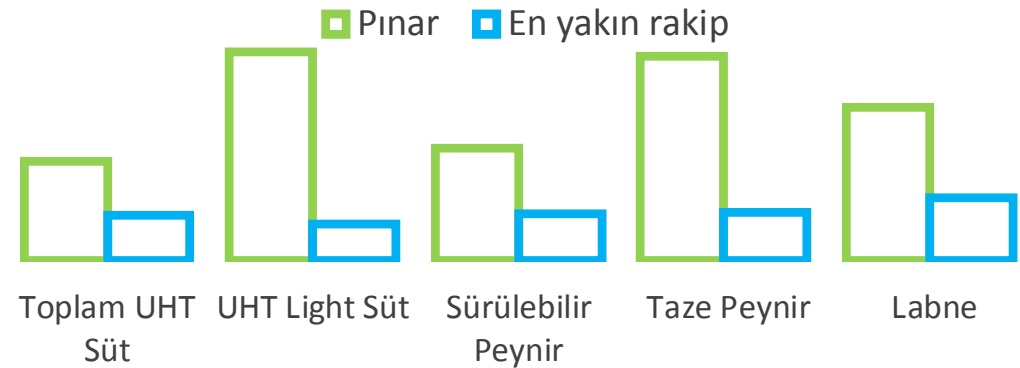
- 2016 yılının ilk 9 ayında, geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre pazarda **3,4% ciro**, **1,6% tonaj** bazında büyüme görülmüştür.

* Toplam süt, sürülebilir peynir, yoğurt, ayran ve tereyağından oluşmaktadır.
(Nielsen, BİM&A101 Hariç)

Süt Ürünleri Pazarı*



Ürün	Pazar Payı	Pozisyon
Toplam UHT Süt	30,7%	Lider
UHT Light Süt	63,8%	Lider
Çocuk Sütü	75,0%	Lider
Sürülebilir Peynir	34,4%	Lider
Taze Peynir	62,6%	Lider
Labne	47,1%	Lider
Krem Peynir	16,8%	İkinci



2016-9A | Yeni Ürünler



Pınar Go Porsiyon Peynirler

- 20 Gramlık porsiyonlar halindeki Cheddar, Kaşar ve Dil Peyniri ürünlerinden oluşan seri piyasaya sunuldu.

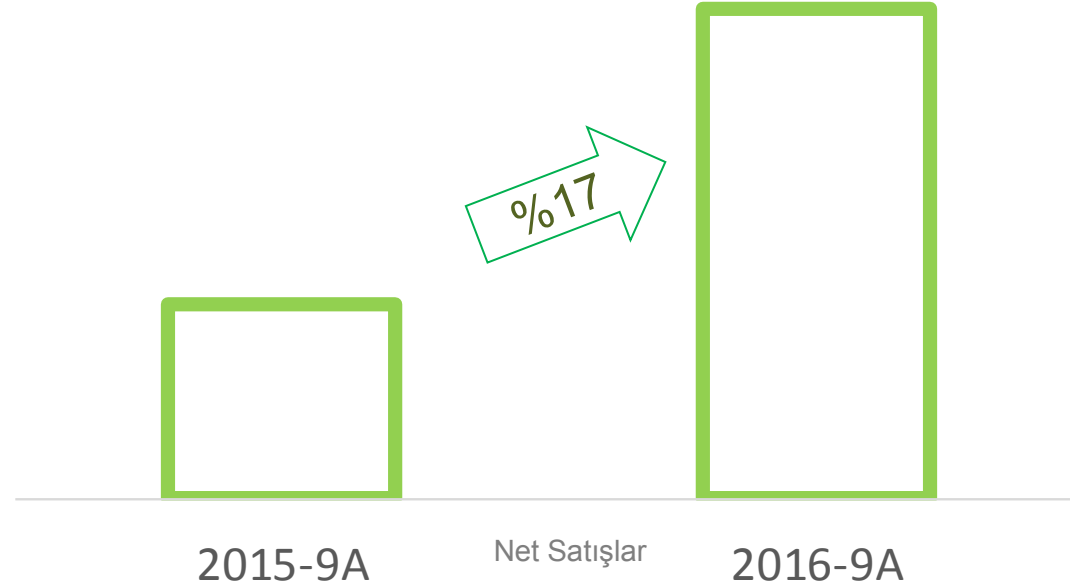
2016-3Ç | Gelir Tablosu

(Milyon TL)	30.09.2016	30.09.2015	Fark	% Değişim
Net Satışlar	798,4	750,4	48,1	6,4
Satılan Malın Maliyeti	(653,6)	(631,5)	(22,2)	3,5
Brüt Kar	144,8	118,9	25,9	21,8
Ar&Ge Giderleri	(7,9)	(6,7)	(1,1)	16,9
Satış, Dağıtım ve Pazarlama Giderleri	(53,7)	(49,6)	(4,0)	8,1
Genel Yönetim Giderleri	(27,6)	(24,9)	(2,7)	10,8
Faaliyet Karı	55,6	37,5	18,1	48,1
Özkaynak Yöntemiyle Değerlenen Yatırımların Kârlarındaki Paylar	7,7	7,4	0,3	3,4
Diğer Giderler	2,6	(2,9)	5,5	(190,9)
Finansal Giderler (Net)	(5,9)	(2,5)	(3,4)	133,9
Vergi Öncesi Kar	60,0	39,5	20,4	51,6
Vergi	(4,5)	(1,4)	(3,1)	229,4
Dönem Net Karı	55,5	38,2	17,3	45,3
FAVÖK	75,9	55,2	20,8	37,7
Toplam Varlıklar	916,4	801,8	114,5	14,3
Özsermaye	586,0	496,7	89,3	18,0

2016-3Ç | Satışların Kırılımı

Ürün Portföyü

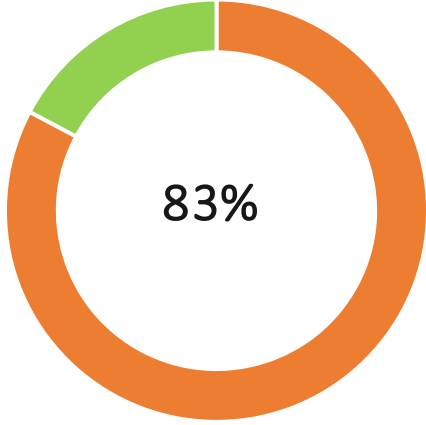
Geleneksel Peynir Segmenti Büyümesi



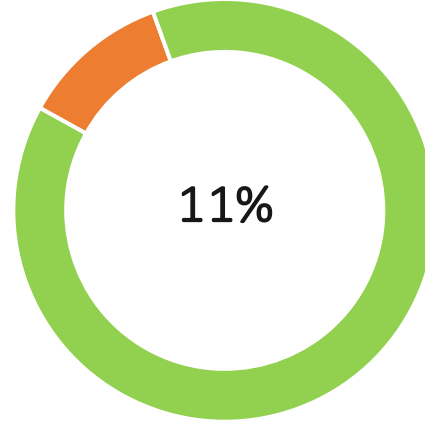
- 2016 yılının ilk dokuz ayında toplam net satışlar ciro olarak %6,4 düzeyinde büyürken, tonaj bazında büyüme %4,6 olarak gerçekleşmiştir.

2016-3Ç | Satışların Kırılımı | Kanallar

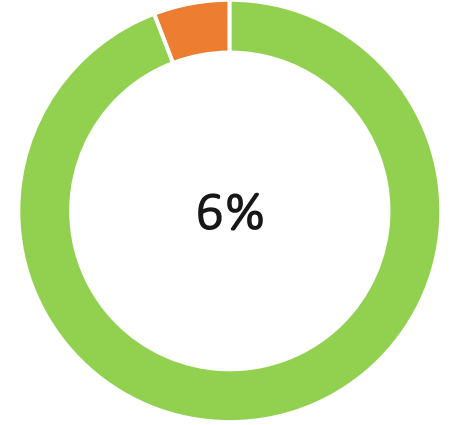
2016-9A



YBP



İHRACAT

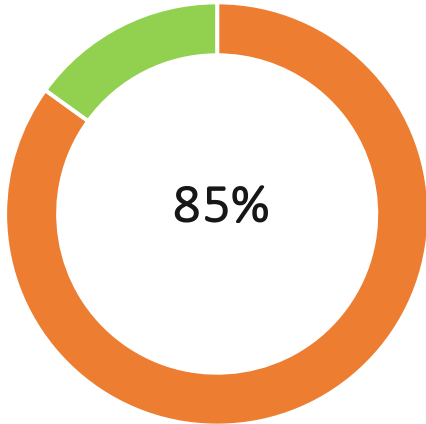


DİREKT

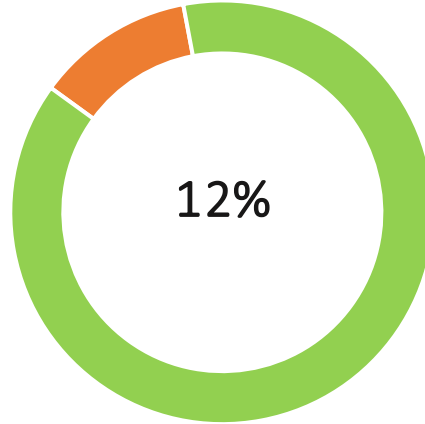
Satış
Kanalları

Net Satışlar

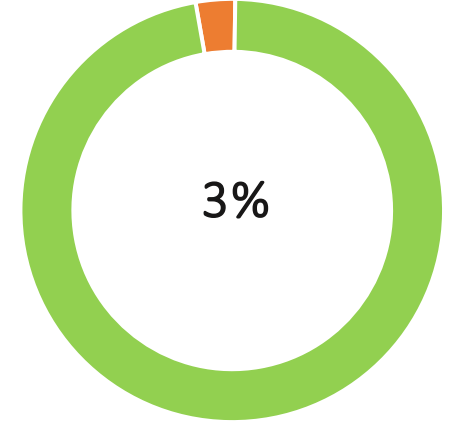
2015-9A



85%



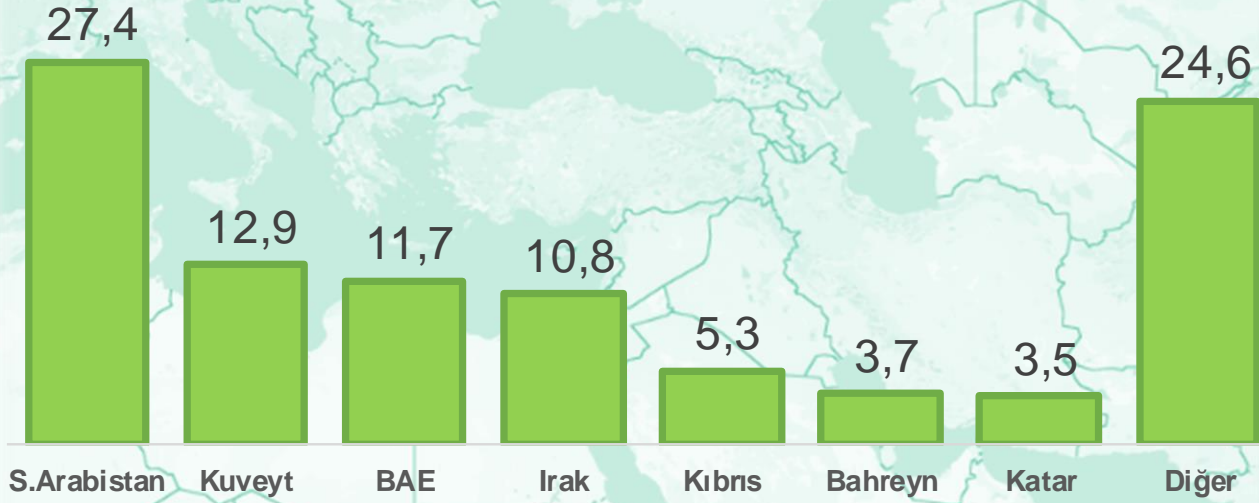
12%



3%

2016-3Ç | Satışların Kırılımı | İhracat

İhracat yapılan ülkeler (%)

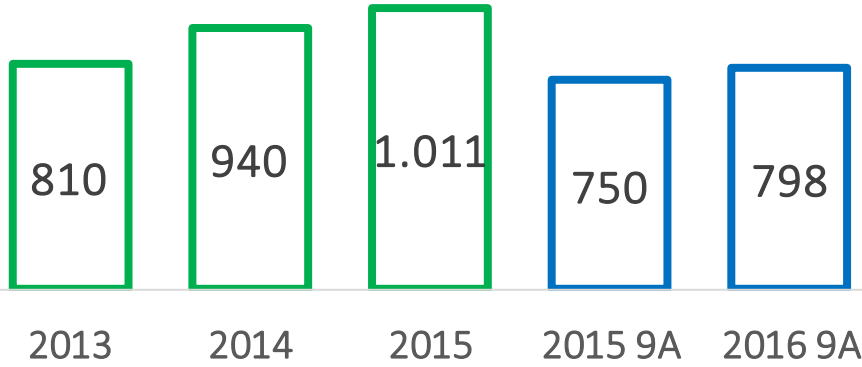


- 2016 yılının ilk dokuz ayında 31,0 milyon dolar ihracat gerçekleştirilmiş olup bir önceki yılın aynı dönemine göre TL bazında %0,9 düzeyinde bir artış gerçekleşmiştir.

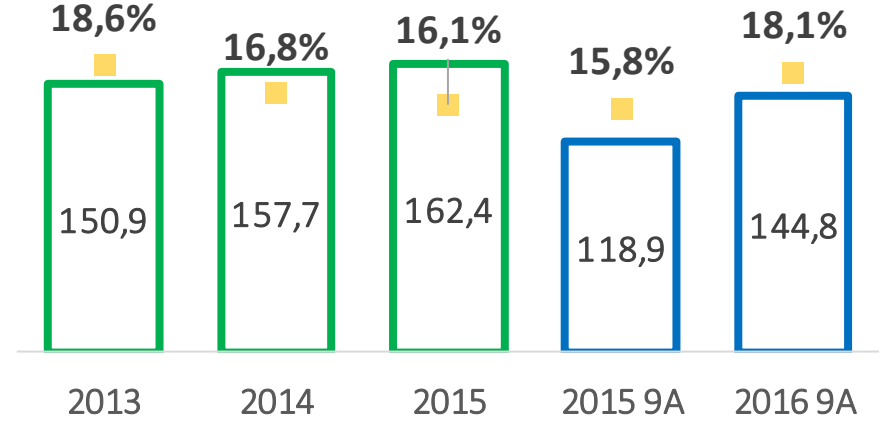
	2012	2013	2014	2015	2016/09
İhracatın Satışlar İçerisindeki Payı	10,1%	10,9%	12,0%	12,3%	11,4%

2016-3Ç | Satış ve Kârlılık

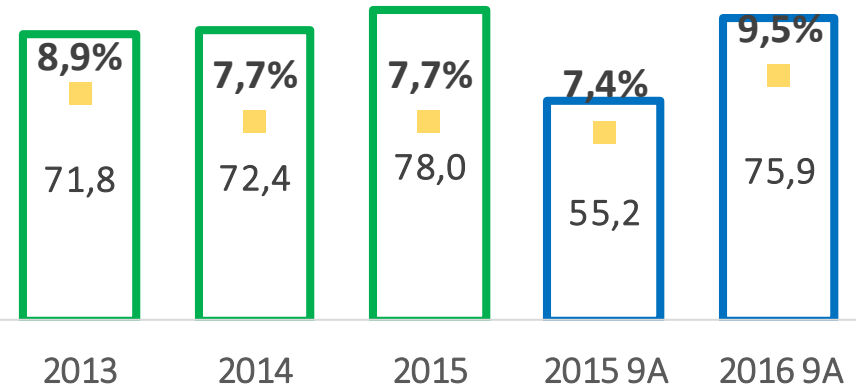
Net Satışlar (m TL)



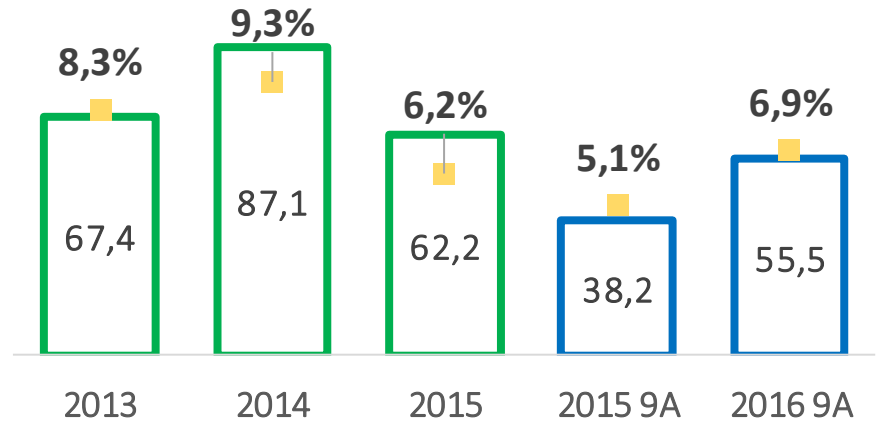
Brüt Kâr (m TL)



FAVÖK* (m TL)



Net Kâr (m TL)

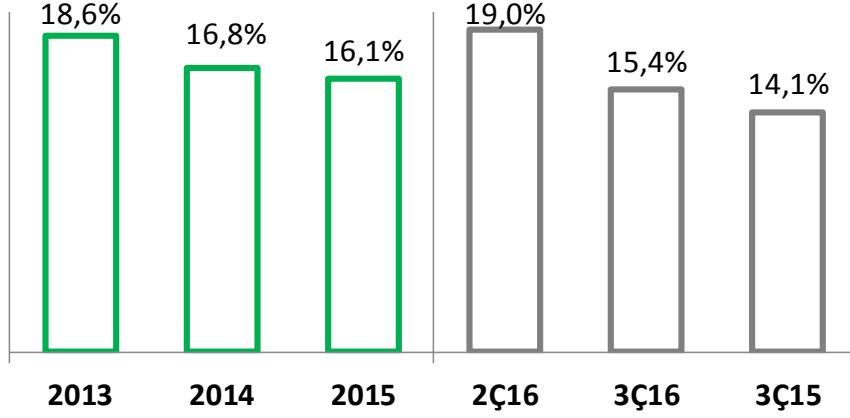


■ Kâr marjı

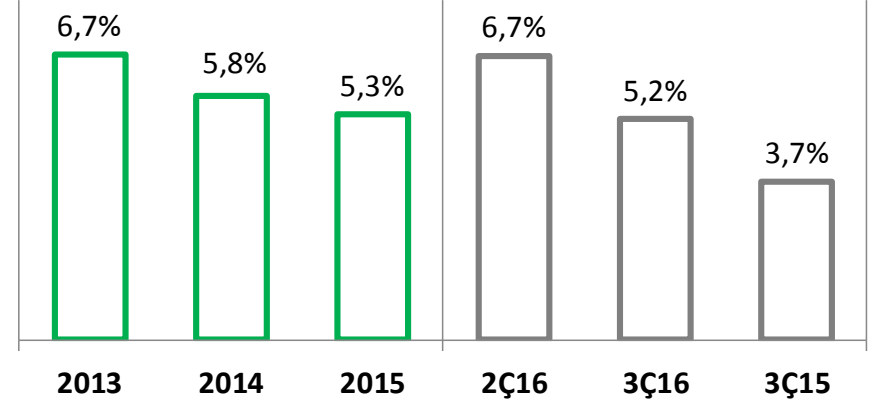
* Faiz, vergi, amortisman ve kıdem tazminatı öncesi kar (diğer gelir/gider hariç)

2016-3Ç | Kâr Marjları

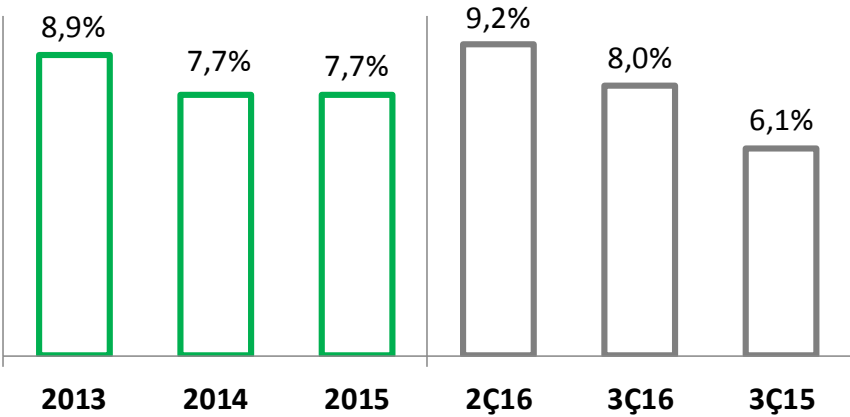
Brüt Kâr



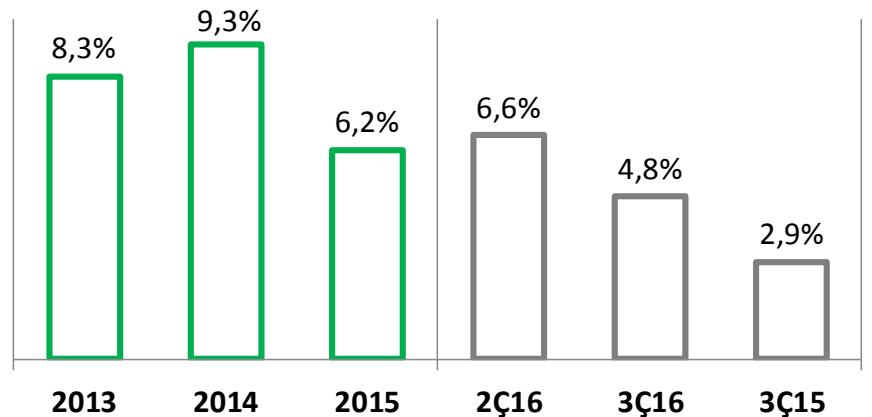
Faaliyet Kârı



FAVÖK*



Net Kâr



* Faiz, vergi, amortisman ve kıdem tazminatı öncesi kar (diğer gelir/gider hariç)

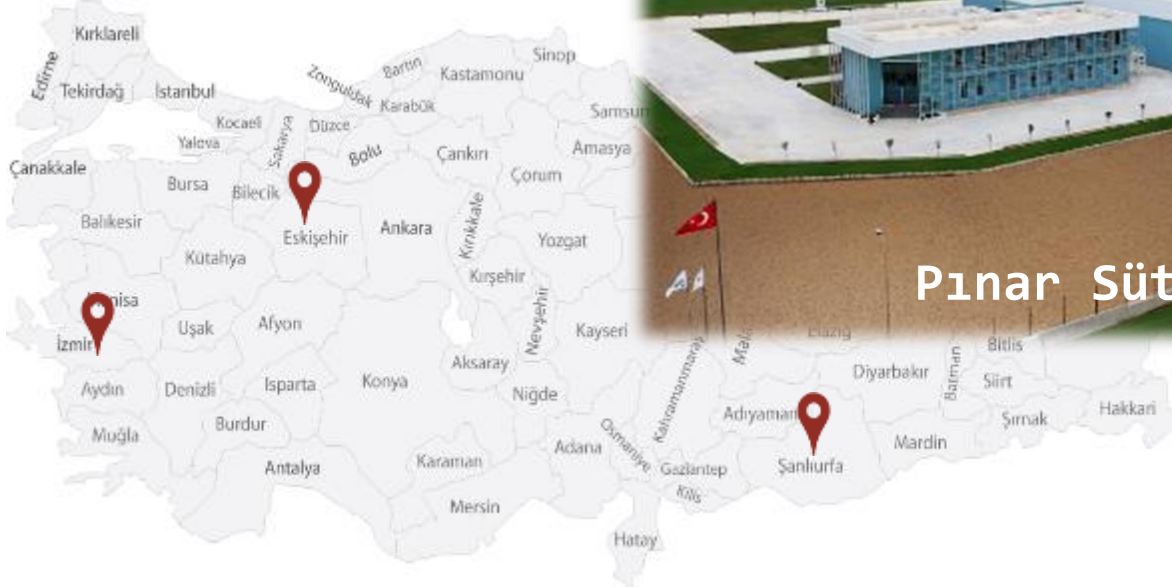
2016-3Ç | Tesis ve Yatırımlar

Tesisler

- 3 tesiste 710 m litre yıllık çiğ süt işleme kapasitesi



Pınar Süt Şanlıurfa Fabrikası



Yatırım Harcamaları

- 2016 yılının ilk dokuz ayında 27,2 milyon TL düzeyinde yatırım harcaması gerçekleştirilmiştir.

2016-3Ç | Temel Rasyolar

Bilanço Oranları

	2012/12	2013/12	2014/12	2015/12	2016/09
Cari Oran	1,64	1,51	1,42	1,16	1,25
Kaldıraç Oranı	0,29	0,30	0,32	0,34	0,36
K.V. Borç/Topl. Borç	0,99	1,00	0,55	0,93	0,48
Net Borç/FAVÖK	0,17	0,05	0,16	0,35	0,61
Net Borç/Özkaynak	0,03	0,01	0,02	0,05	0,10
Özsermaye Kârlılığı (ROE)	13,12%	14,73%	17,26%	11,15%	14,69%

- Risk yönetimine odaklanma
- Etkin çalışma sermayesi yönetimi
- Güçlü bilanço ve likidite yönetimi

Strateji ve Hedefler

- Etkin fiyat yönetimi
- Yaygın dağıtım
- Sosyal medyanın etkin kullanımı
- Ev dışı tüketim kanalını geliştirmek
- İhracat satışlarını arttırmak
- Pazarlama yatırımlarımıza devam etmek
- Bulduğumuz segmentlerde pazarın üzerinde büyüme sağlamak

Ortaklık | İştirak Yapısı | Denetçiler

Ortaklık Yapısı

Yaşar Holding A.Ş.	61%
Halka Açık	39%

İştirakler

İştirak	İştirak Oranı %
Yaşar Birleşik Pazarlama A.Ş.	31,8
Bintur Catering A.Ş.	1,3
Desa Enerji A.Ş.	30,5
Çamlı Yem A.Ş.	5,5
Pınar Su A.Ş.	8,8
Pınar Et A.Ş.	12,6
Yaşar Dış Ticaret A.Ş.	1,8
Pınar Foods Gmbh	44,9

Denetçi Kuruluşlarımız

Mali İşler

Price Waterhouse Coopers
Ernst&Young

Üretim

TSE

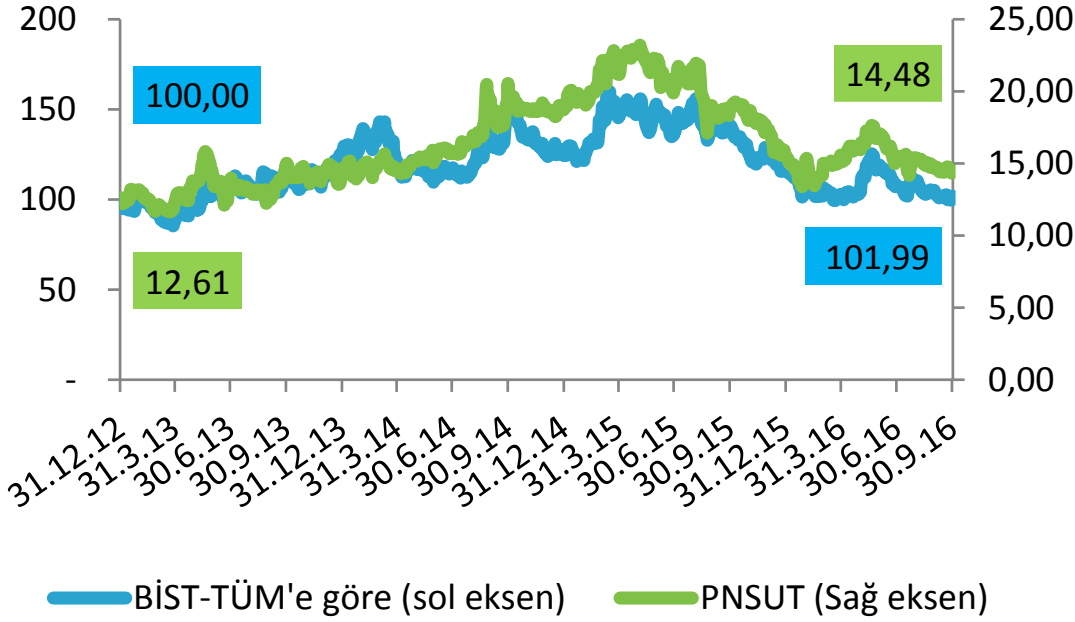
Breau Veritas

Food and Drug Administration

Kurumsal Yönetim

Saha Rating

Hisse Performansı



(TL)

Kurumsal Yönetim Derecelendirme Notu:	9,18
Borsa İstanbul Sembolü:	PINSUT
İlk İşlem Tarihi:	03.02.1986

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 Süt Mamulleri San. A.Ş. ile iştirakleri, danışmanları, yöneticileri ve çalışanları sorumlu tutulamaz.

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

Yatırımcı İlişkileri Bölümü

Tel: 90 232 495 00 00

Faks: 90 232 484 17 89

yatirimciiliskileri@pinarsut.com.tr



Teşekkürler.

