

# PINAR SÜT MAMULLERİ SANAYİİ A.Ş.

## 2015 1. Çeyrek Finansal Sunumu

en sevilen lezzetler  
en sağlıklı ürünler  
en son teknoloji



- Yenilikçi ve öncü kimlik
- 200'den fazla SKU
- AR-GE deneyimi

## Ürün Portföyü

- Türkiye'nin en beğenilen şirketi\*
- En iyi meyve suyu markası\*\*
- Türkiye'nin itibarını en çok artıran markalar arasında\*\*\*
- Türkiye'nin süper markaları arasında\*\*\*\*
- Pınar Süt Büyüdüm Kampanyası Bronz Effie\*\*\*\*\*

## Marka Değeri

- AB normlarında hijyenik üretim
- Teknolojik ve sektörel bilgi birikimi
- Enerji verimli endüstriyel tesis

## Üretim

- Sağlıklı ve kaliteli ürünler
- ISO 9001:2008
- ISO 14001
- ISO 22000
- ISO 18001
- ISO 50001
- FSSC 22000

## Kalite

- YBP – Türkiye'nin en büyük soğuk & donuk dağıtım zinciri
- 150.000 satış noktası
- Teknik bilgi ve deneyim
- Süt ve et ürünlerinin dağıtımında grup sinerjisi

## Dağıtım Ağı

- 25.000'den fazla çiğ süt üreticisinden tedarik
- Tedarikçi performans değerlendirmesi
- AB standardında üretim yapan hastalıklardan arı ve onaylı 195 sözleşmeli çiftlik
- Çiftçilerle güçlü ilişkiler
- Her adımda kalite kontrolü
- Eğitim ve danışmanlık hizmetleri
- %100 izlenebilir üretim süreci

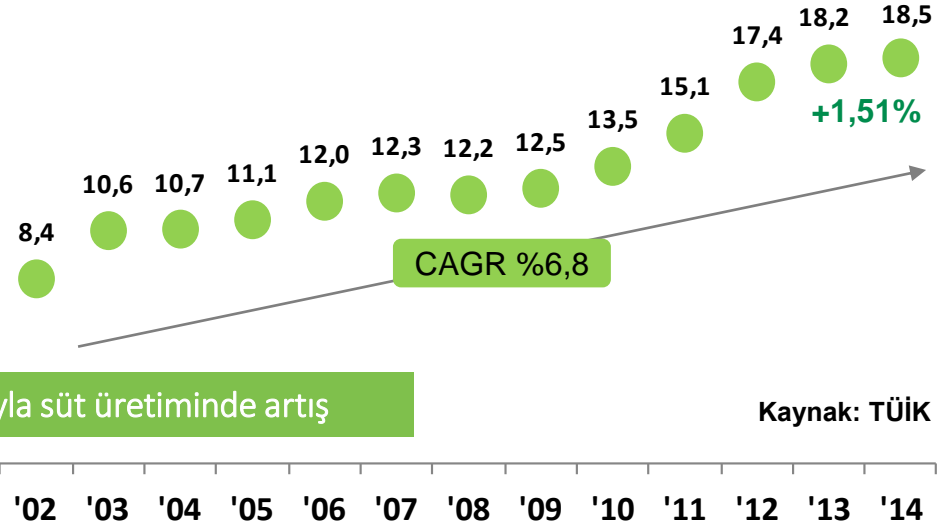
## Tedarik

## Türkiye'de Hayvan Varlığı

	2013	2014	
<b>Toplam Hayvan Varlığı</b>	<b>53,0 m</b>	<b>57,3 m</b>	<b>+8,0%</b>
<i>Sığır</i>	27,2%	25,8%	
<i>Koyun</i>	55,2%	56,2%	
<i>Keçi</i>	17,4%	17,8%	
<i>Manda</i>	0,2%	0,2%	
<b>Sağılır Sığır Varlığı</b>	<b>5,6 m</b>	<b>5,7 m</b>	<b>+1,4%</b>

Kaynak: TÜİK

## Türkiye'de Yıllık Süt Üretimi (Milyon Ton)



Kaynak: TÜİK

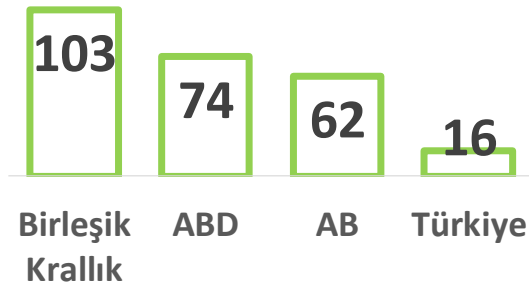
Hayvan varlığı ve verimlilik artışıyla süt üretiminde artış

## Paketli Süt Ürünleri (%)

	2007	2013	2014
<b>Süt</b>	45	46	47,1
<b>Peynir</b>	20	36	42,8

Kaynak: IPSOS

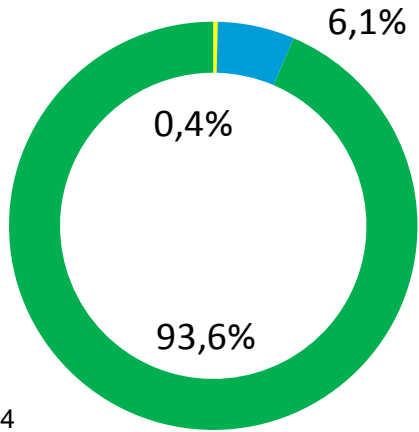
## Kişi Başı Paketli Süt Tüketimi (Lt)



Kaynak: USK

- Süt eşdeğeri kişi başı tüketimi Türkiye'de 223 Kg, AB'de 280 Kg seviyelerindedir. Dünya ortalaması 109 Kg'dır.
- Kişi başı paketli süt tüketiminde gelişmiş ülkelerin gerisinde kaldığımız görülmektedir.

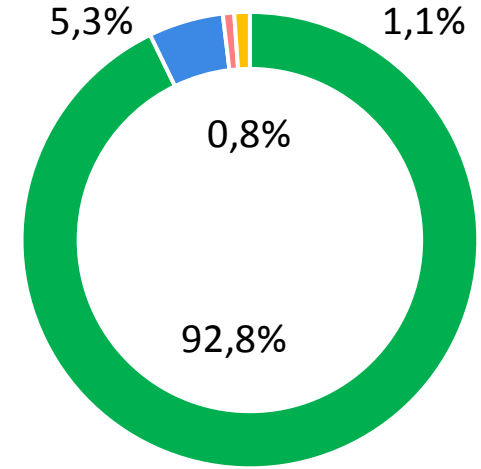
## Paketli Süt Pazarı Miktar Kırılımı



Kaynak: Ipsos 2014

■ Kefir ■ Pastörize Süt ■ UHT Süt

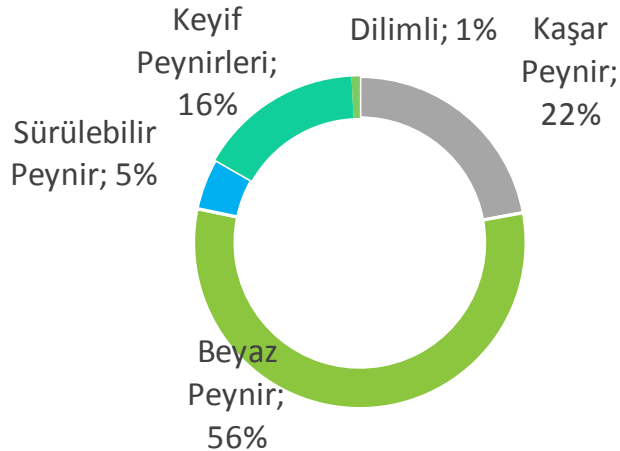
## UHT Süt Pazarı Miktar Kırılımı



■ Sade ■ Aromalı ■ Light ■ Diğer

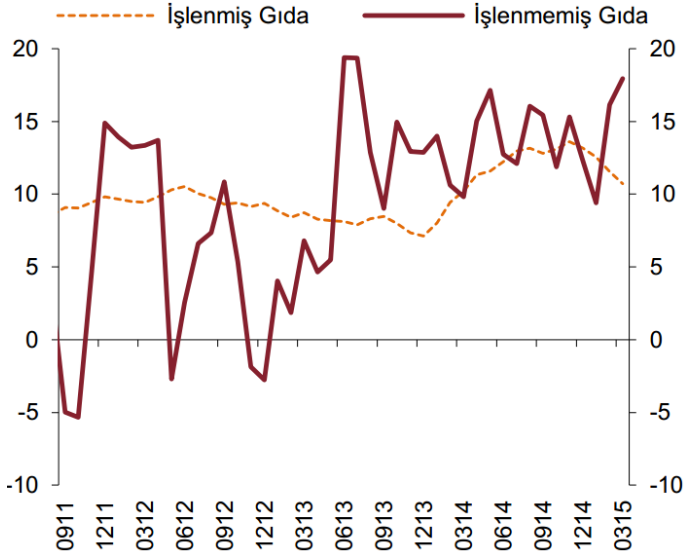
Kaynak: Ipsos HTP Ç4, 2014

## Toplam Peynir Kategorisi (Ciro)



Kaynak: Ipsos 2014

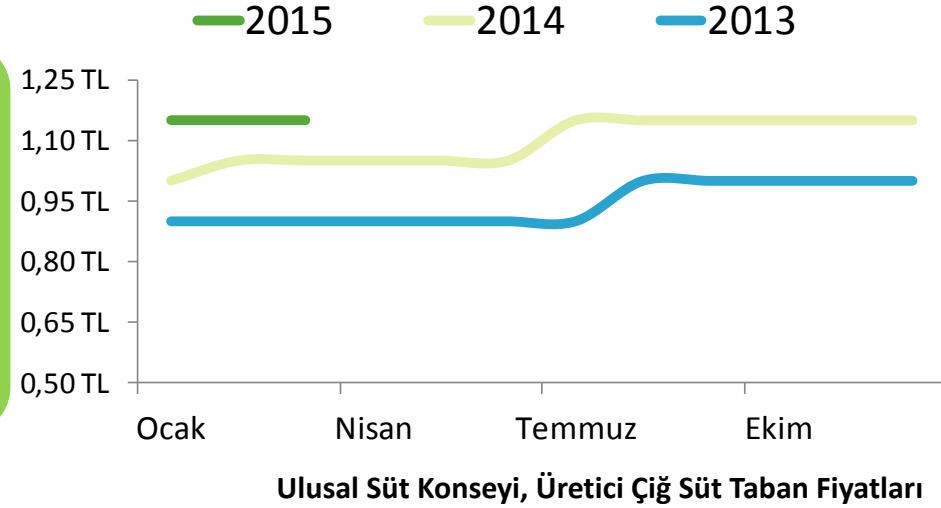
## Gıda Fiyatları Yıllık Yüzde Değişimi



İşlenmemiş gıda enflasyonu 2015 yılının ilk çeyreğinde de artışını sürdürerek %17,93 seviyesinde gerçekleşmiştir.

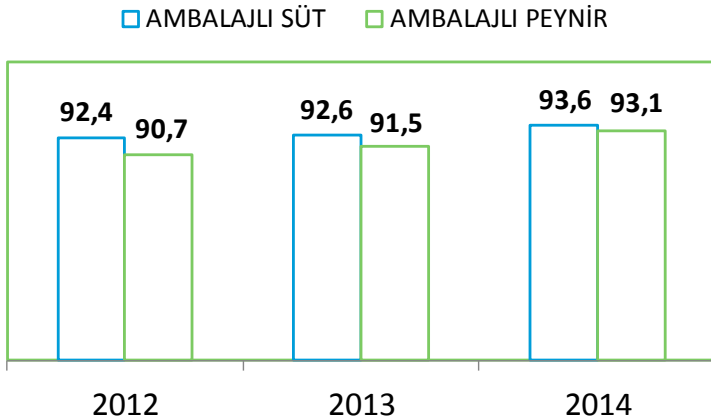
Kaynak: TÜİK, TCMB Enflasyon Raporu

## Türkiye'de Çiğ Süt Taban Fiyatları (1lt)



Ulusal Süt Konseyi, Üretici Çiğ Süt Taban Fiyatları

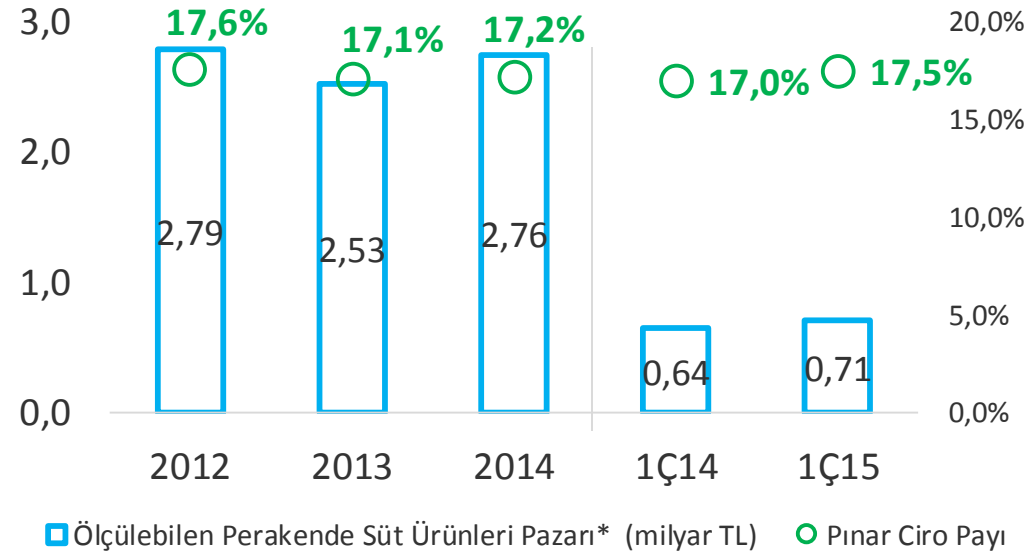
## Ambalajlı Süt ve Peynir Hane Penetrasyonları



Kaynak: IPSOS

- Artan çiğ süt fiyatları
- Sağlık bilincindeki artış
- Ambalajlı Süt ve Peynir ürünleri penetrasyonunda gerçekleşen artışlar
- Ev dışı tüketimde yaşanan büyüme
- Üreticiler tarafından yapılan iletişim yatırımları

# Pazar Payları - I



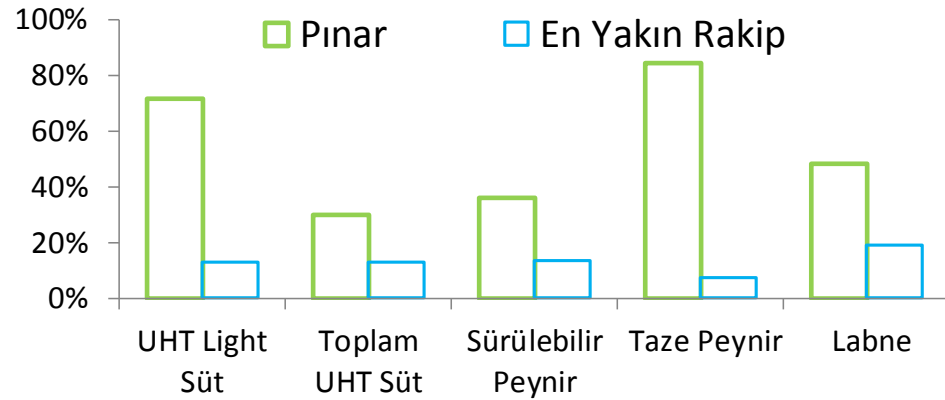
- Ölçülebilir perakende süt ürünleri pazarı\*, ciro bazında 2015 yılının ilk çeyreğinde 2014 yılının ilk çeyreğine göre %10,2 büyürken tonaj bazında %0,3'lük bir daralma gerçekleşmiştir.

\* Toplam süt, toplam yoğurt, toplam sürülebilir peynir ve ayran dahil edilmiştir.

Kaynak: Nielsen

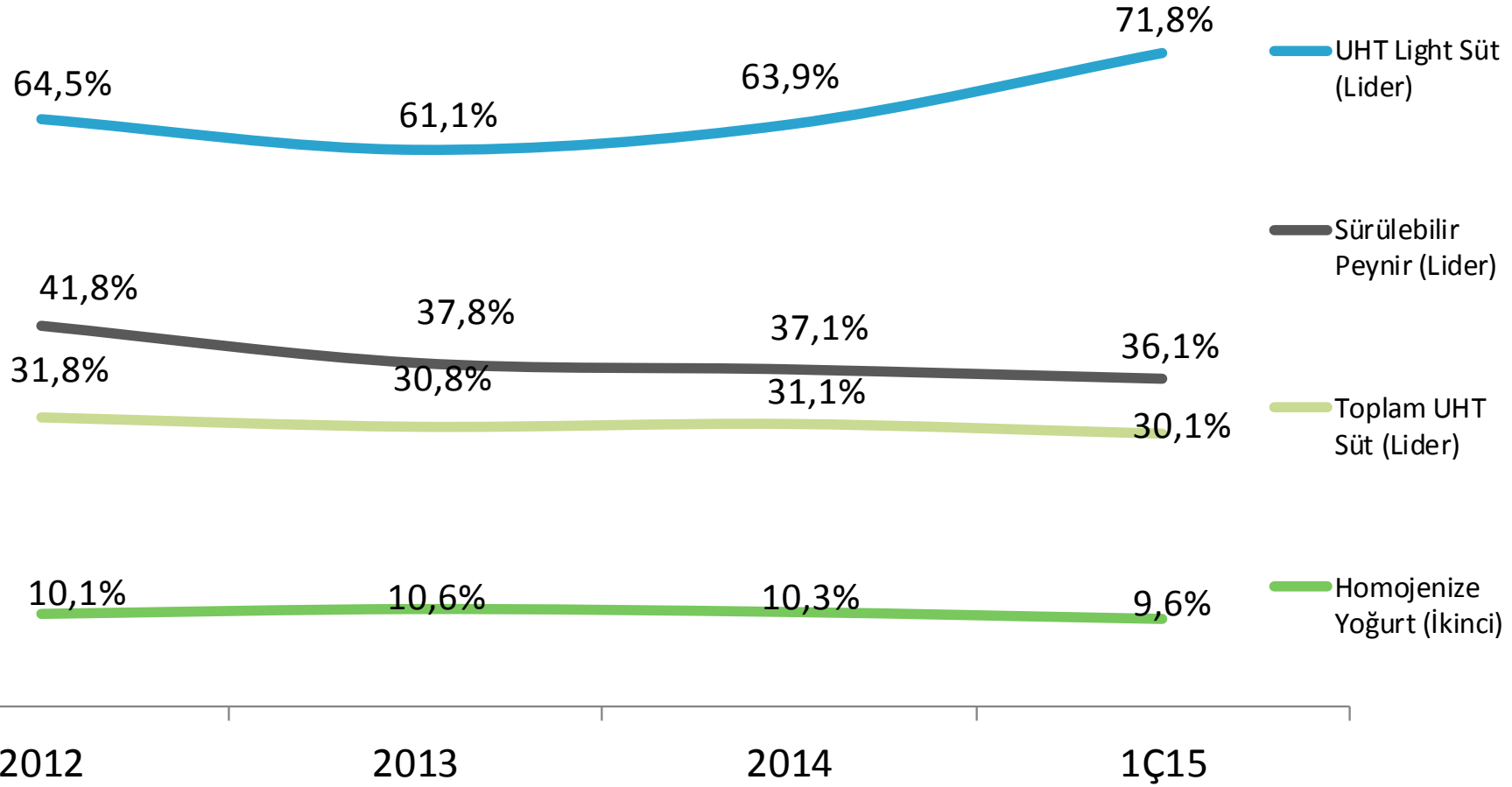
Ürün	Pazar Payı	Pozisyon
UHT Light Süt	<b>72%</b>	Lider
Toplam UHT Süt	<b>30%</b>	Lider
Organik Süt *	<b>92%</b>	Lider
Zenginleştirilmiş Süt (Çocuk)	<b>77%</b>	Lider
Homojenize Yoğurt	<b>10%</b>	İkinci
Sürülebilir Peynir	<b>36%</b>	Lider
Taze Peynir	<b>84%</b>	Lider
Labne	<b>48%</b>	Lider
Krem Peynir	<b>20%</b>	Lider

Kaynak: Nielsen, 2015-1Ç - Ciro Payı  
\* Tahmini Pazar verisidir.



Kaynak: Nielsen, 2014 - Ciro Payı

# Pazar Payları - II



Kaynak: Nielsen 2015 1Ç, - Ciro Payı

# Yeni Ürünlerimiz



- Pınar Hellim Peyniri
- Pınar Tel Peyniri
- Pınar Örgü Peyniri
- Pınar Dil Peyniri
- Pınar Cheddar Peynir (Dilimli)

## Yeni Ürünler



Pınar Süzme Peynir



Pınar Süzme Yoğurt Serisi



Pazar eğilimlerine yanıt veren ve uzmanlığımızı pekiştiren yeni lezzetler. Farklı tüketici segmentleri için yeni ürünler. Tüketiciler için kolaylık sağlayan promosyonlar.



# Yeni Ürünlerimiz



- Pinar Organik Pastorize Süt
- Pinar Organik 750 ml
- Pinar Yarım Yağlı Sade Süt



## Yeni Ürünler



Pinar Organik Tereyağı



Çılgın Serisi



Tüm Kadınlara Özel,  
Pinar Pink

Pazar eğilimlerine yanıt veren ve uzmanlığımızı pekiştiren yeni lezzetler. Farklı tüketici segmentleri için yeni ürünler. Tüketiciler için kolaylık sağlayan promosyonlar.

# Kampanyalar



Pinar Kido Yeni Paket



Pinar Kido Gökkuşığı



Pinar Meyveler

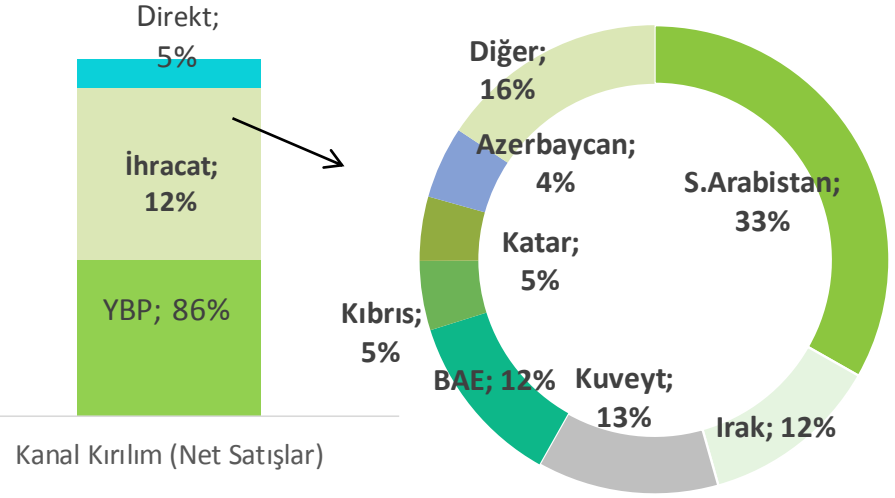
- Pınar Süt 2014 yılında Türkiye'nin süt ve süt ürünleri ihracatının %16'sını tek başına gerçekleştirmiştir.

- Ortadoğu'dan Avrupa'ya, ABD'den Asya'ya 26 pazarda faaliyet göstermektedir.
- Pınar Süt Rusya ve AB ülkelerine de Türkiye'den süt ve labne için ihracat yeterliliğine sahip bir firmadır.

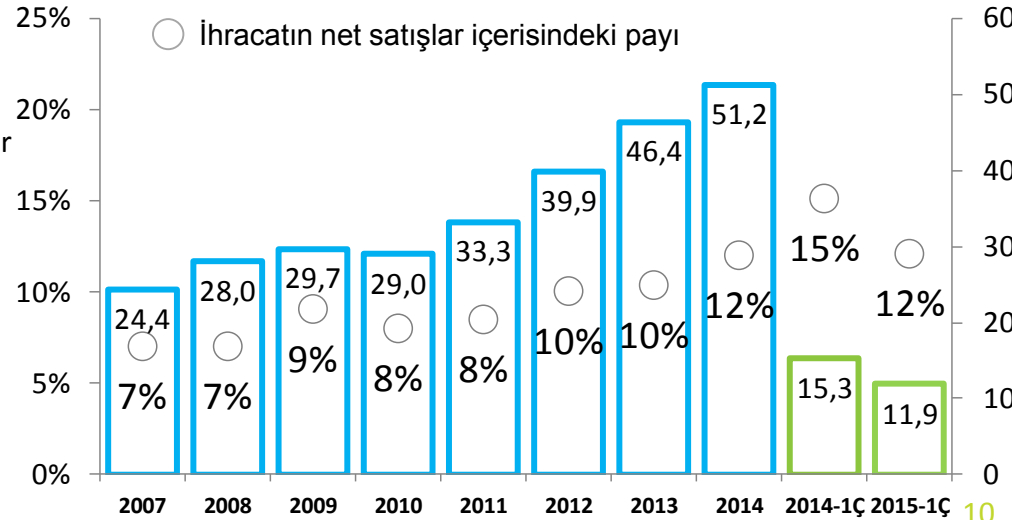
- Pınar Süt, Paketli Labne Peyniri ile Suudi Arabistan, Kuveyt ve BAE'de sırasıyla %26, %53 ve %41 pazar payına sahiptir.
- Ayrıca Körfez Ülkeleri'ne uzun ömürlü süt, beyaz peynir, Pınar Beyaz, krema, meyve suyu, yoğurt ve ayran ihraç edilmektedir.
- Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından desteklenen **TURQUALITY** projesinde yer alan en önemli markalardan biridir.

- Pınar Süt, Turquality Projesi kapsamına alınan ilk firmalar arasında olup bu proje kapsamında ilk 5 yılını başarı ile tamamlamış; ikinci 5 yılına hak kazanmıştır.
- Turquality® nin amacı "10 yıl içinde 10 dünya markası yaratmak"tır.

## Satışların Kırılımı 2014



## Yurt Dışı Satışlar (Milyon USD)



# Şanlıurfa Yatırımı



- Pınar Süt Şanlıurfa Fabrikası'na, Şanlıurfa ve çevre illerden çiğ süt toplanacaktır.
- Fabrikada süt, yoğurt, ayran ve meyve suyu üretilmesi planlanmaktadır. İhtiyaçlar doğrultusunda ürün çeşitliliği artırılabilecektir.
- Mayıs 2013'te temeli atılan Fabrika'nın **2015 yılının ilk yarıyılı** içerisinde faaliyetlerine başlaması planlanmaktadır.

## Pınar Süt Şanlıurfa Tesisleri

Kapalı Alan	18.239 m <sup>2</sup>
Açık Alan	79.267 m <sup>2</sup>
Toplam Alan	97.506 m <sup>2</sup>

- Sağlanacak olan lojistik avantaj ile ürün dağıtım yetkinliğimiz daha da pekiştirilecektir.
- Bölge'nin ihracat pazarlarımıza olan yakınlığından fayda sağlanacaktır.
- Yatırımın 6. Teşvik Bölgesi'nde yapılması dolayısıyla Yatırım Teşviklerinden faydalanılmaktadır.

## Pınar Süt Şanlı Urfa Fabrikası



# PINAR SÜT MAMULLERİ SANAYİİ A.Ş.

## Finansal Sonuçlar

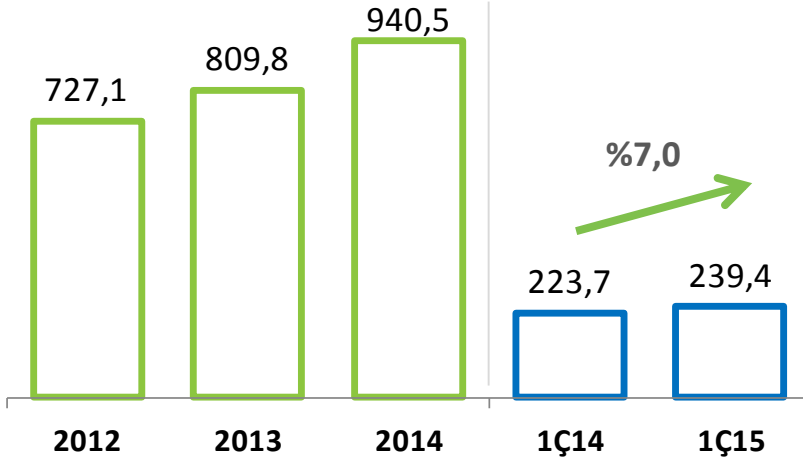
en sevilen lezzetler  
en sağlıklı ürünler  
en son teknoloji



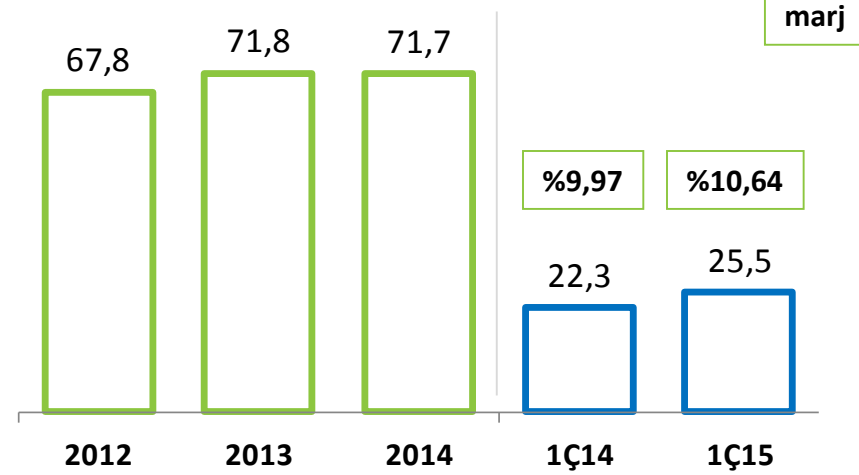
# Satış Performansı ve Kâr



## Net Satışlar (Mn TL)

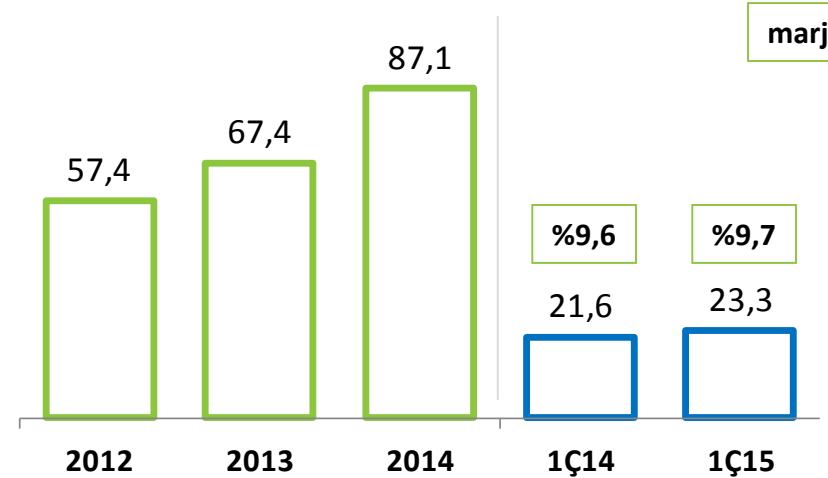


## FAVÖK\* (Mn TL)



- 2015 yılının ilk çeyreğinde geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre satışlarımızda %7,0 düzeyinde yaşanan büyümede gerçekleştirilen satış fiyatı artışları etkili olmuştur.
- 1Ç15'te 1Ç14'e göre ortalama olarak %11 yukarıda seyreden çiğ süt fiyatları (USK) satış fiyatlarına yansıtılmış olup brüt kar marjı benzer seviyelerde gerçekleşmiştir. Faaliyet giderlerindeki iyileştirmeler ve iştirak gelirlerindeki artışlar kar marjlarımız üzerinde olumlu bir etki yaratmıştır.

## Net Kâr (Mn TL)



# Gelir Tablosu

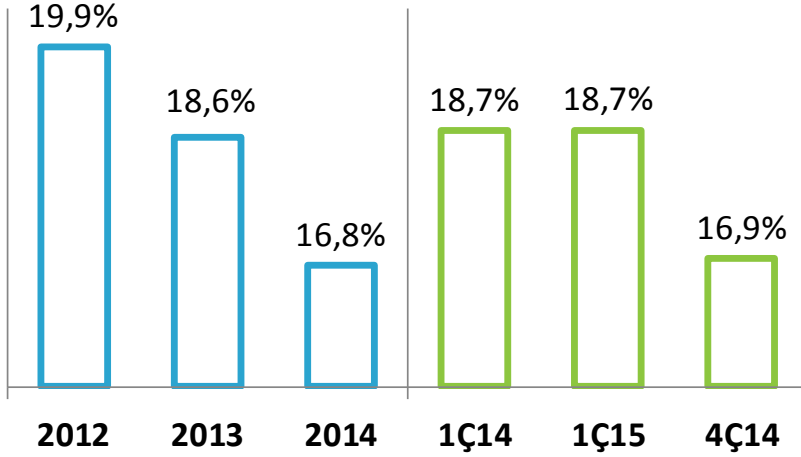


(Milyon TL)	31.03.2015	31.03.2014	Fark	% Değişim
<b>Net Satışlar</b>	<b>239,4</b>	<b>223,7</b>	<b>15,7</b>	<b>7,0</b>
Satılan Malın Maliyeti	(194,6)	(181,8)	(12,7)	7,0
<b>Brüt Kar</b>	<b>44,9</b>	<b>41,9</b>	<b>3,0</b>	<b>7,1</b>
Ar&Ge Giderleri	(2,1)	(1,7)	(0,4)	21,5
Satış, Dağıtım ve Pazarlama Giderleri	(15,3)	(15,2)	(0,2)	1,0
Genel Yönetim Giderleri	(7,6)	(6,9)	(0,6)	9,1
<b>Faaliyet Karı</b>	<b>19,9</b>	<b>18,1</b>	<b>1,8</b>	<b>10,1</b>
Özkaynak Yöntemiyle Değerlenen Yatırımların Kârlarındaki Paylar	3,6	1,6	2,1	131,5
Diğer Gelirler	5,5	5,5	(0,0)	(0,8)
Diğer Giderler	(1,7)	(2,1)	0,4	(18,5)
Finansal Giderler (Net)	(1,3)	(0,1)	(1,2)	(1.895,7)
<b>Vergi Öncesi Kar</b>	<b>26,1</b>	<b>23,1</b>	<b>3,0</b>	<b>13,0</b>
Vergi	(2,8)	(1,5)	(1,3)	88,9
<b>Dönem Net Karı</b>	<b>23,3</b>	<b>21,6</b>	<b>1,7</b>	<b>7,7</b>
FAVÖK	25,5	22,3	3,2	14,3
<b>Toplam Varlıklar</b>	<b>798,9</b>	<b>730,5</b>	<b>68,3</b>	<b>9,4</b>
Özsermaye	477,1	467,0	10,0	2,2

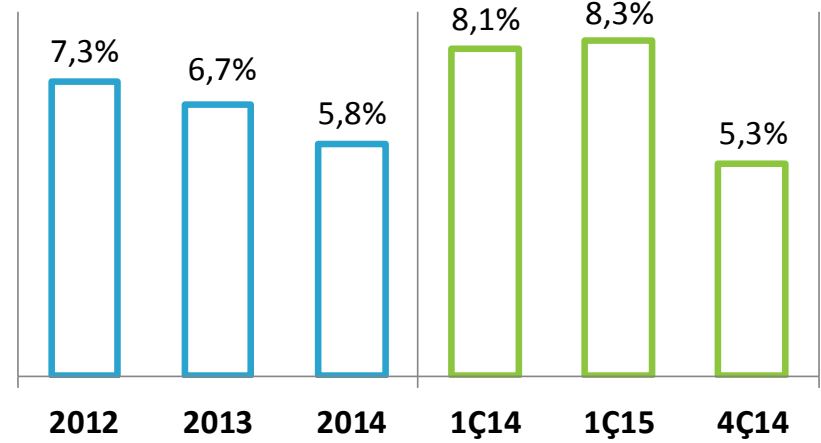
# Kar Marjları



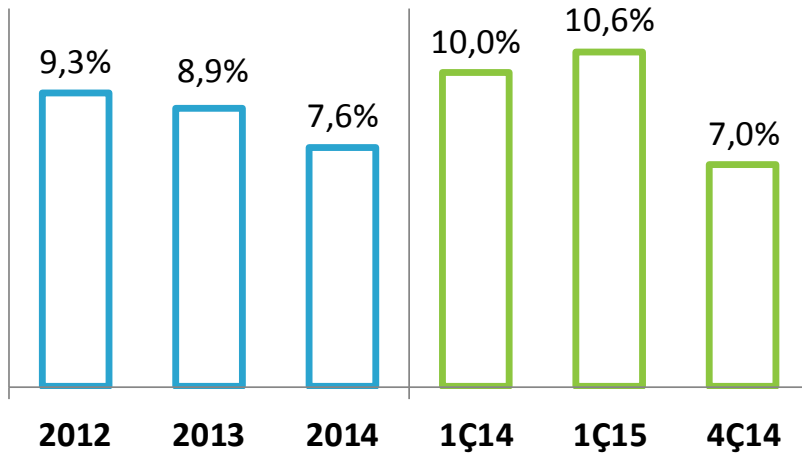
## Brüt Kar Marjları (%)



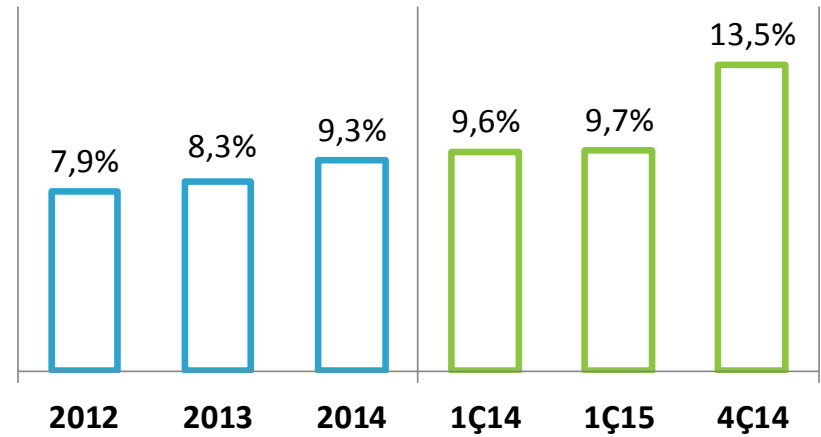
## Faaliyet Kar Marjları \*(%)



## FAVÖK Marjları \*\* (%)



## Net Kar Marjları (%)





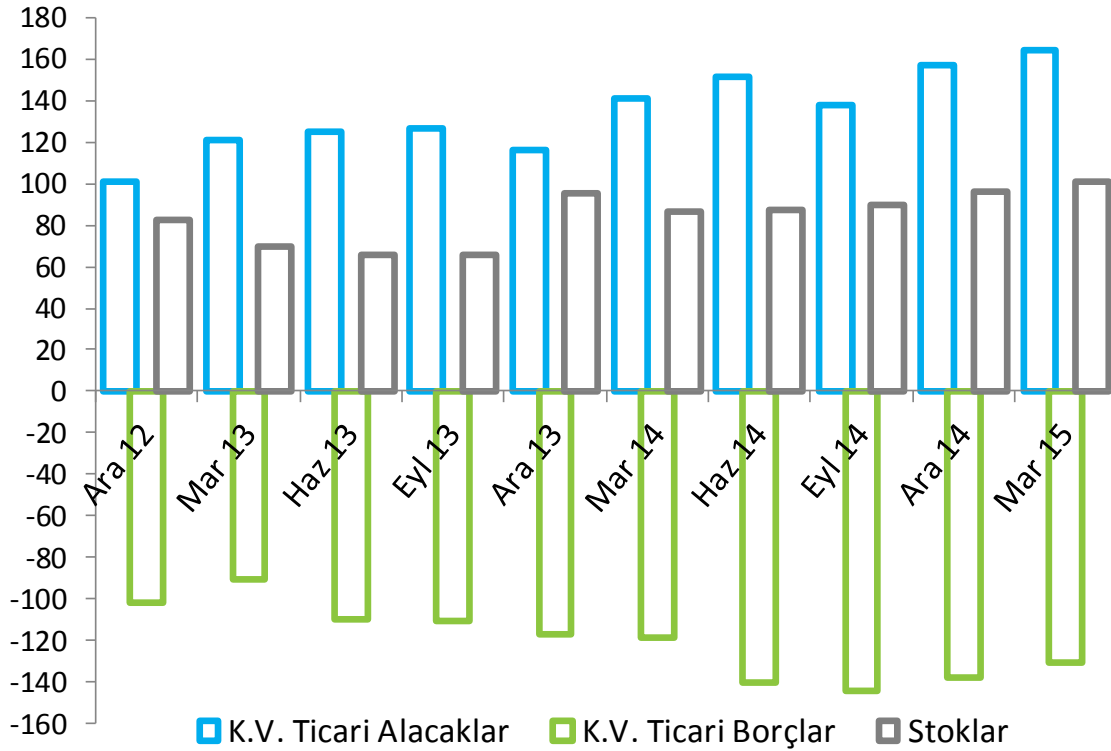
# Temel Rasyolar, Net Finansal Borç, Net İşletme Sermayesi



	31 Mart 2015	31 Aralık 2014
<b>Cari Oran</b>	1,10	1,42
<b>Kaldıraç Oranı</b>	0,40	0,32
<b>KD Finansal Borç / Toplam Fin. Borç</b>	0,74	0,55
<b>Net Finansal Borç / EBITDA</b>	0,20	0,15
<b>Toplam Finansal Borç / Sermaye</b>	0,03	0,03

(Milyon TL)

	31 Mart 2015	31 Aralık 2014
<b>Nakit ve Nakit Benzeri Varlıklar</b>	0,61	2,39
<b>Kısa Vadeli Krediler</b>	11,37	7,37
<b>Uzun Vadeli Krediler</b>	4,00	6,00
<b>Net Finansal Borçlar</b>	14,75	10,97



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

- Hammadde fiyatlarının geçtiğimiz yılın aynı çeyreğinin %11 düzeyinde yukarıda seyrettiği 2015 yılının ilk çeyreğinde, Pınar Süt büyümesini sürdürmüş ve kar marjlarında artışlar gerçekleştirmiştir.
- Şanlıurfa yatırımının 2015 yılının ilk yarısında faaliyet geçmesi planlanmaktadır.
- 2015 yılının ilk çeyreğinde de, pazar payını artırma stratejimiz çerçevesinde pazarlama yatırımlarımız sürdürülmüştür. Yılın ilk çeyreğinde pazar payı artışı gerçekleştirilmiştir.
- Sektörde satın almalar devam etmiş, bu gelişmeler ve pazara etkileri yakından takip edilmektedir.
- Masraf tasarrufları ile maliyet düşürücü tedbirler ve üretimde verimliliği artırmaya yönelik projeler sürdürülmüştür. (OMI-Yalın Altı Sigma projeleri)

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

## Ortaklık Yapısı

Yaşar Holding A.Ş.	61%
Halka Açık	39%

## İştirakler

İştirak	İştirak Oranı %
Yasar 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.S	8,8
Pınar Et A.Ş.	12,6
Yaşar Dış Ticaret A.Ş.	1,8
Pınar Foods Gmbh	44,9

## Denetçi Kuruluşlarımız

### Mali İşler

Nexia

Ernst&Young

### Üretim

Breau Veritas

TSE

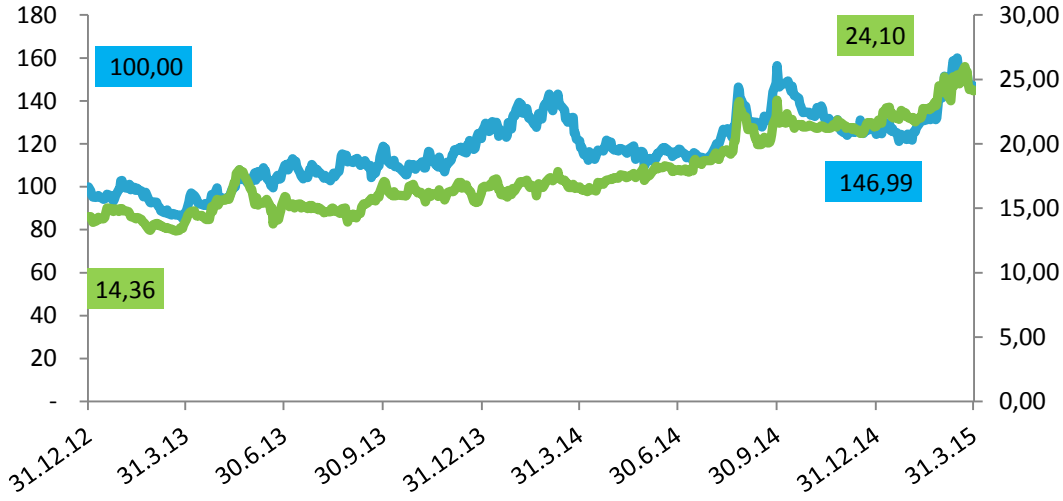
Alberk QA

Food and Drug Administration

### Kurumsal Yönetim

Saha Rating

# Hisse Performansı



— BİST-TÜM'e göre (sol eksen) — PNSUT (Sağ eksen)

Kurumsal Yönetim Derecelendirme Notu: 9,09

Borsa İstanbul Sembolü: PNSUT

İlk İşlem Tarihi: 03.02.1986

*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](http://www.kap.gov.tr) ve [www.pinar.com.tr](http://www.pinar.com.tr) internet sitelerinden erişim sağlanabilir.*

## Yatırımcı İlişkileri Bölümü

Tel: 90 232 482 22 00

Faks: 90 232 484 17 89

[yatirimciiliskileri@pinarsut.com.tr](mailto:yatirimciiliskileri@pinarsut.com.tr)



# Teşekkürler.



en sevilen lezzetler  
en sağlıklı ürünler  
en son teknoloji

