



PINAR SÜT MAMULLERİ SAN. A.Ş

2012 Finansal Sunum

Pınar Süt'ün Gücü



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

Ürün Portföyü

- Gıda Sektöründe İlk akla gelen marka*
- En iyi süt ve süt ürünleri markası **
- En samimi süt markası***
- Türk tüketicisinin en yakın hissettiği ilk 4 markadan biri****
- En iyi meyve suyu markası*****
- En itibarlı markalar içerisinde ilk 10'da*****
- Superbrands #10 Marka arasında *****

Marka Değeri

- Hijyenik ve AB Standartlarında üretim
- Teknik deneyim ve sektörel bilgi
- Gıda Sektörüne Katkı Ödülü*****

Üretim

- Sağlıklı, kaliteli ve standart ürünler
- ISO 9001-2008
- ISO 14001
- 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 sinerji

Dağıtım Ağı

- 30.000'den fazla üreticiden tedarik
- Sürecin her adımında kalite kontrolü
- Çiftçilerle güçlü ilişkiler
- AB standardında üretim yapan 200'ü aşkın sözleşmeli çiftlik
- Hastalıklardan arı ve onaylı çiftlikler
- Eğitim ve danışmanlık hizmetleri

Tedarik



daha iyi bir yaşam için

* GFK 2011 ** Kalder (TMME Endeksi) 2012 ***Mediacat&IPSOS 2012 ****Nielsen 2010

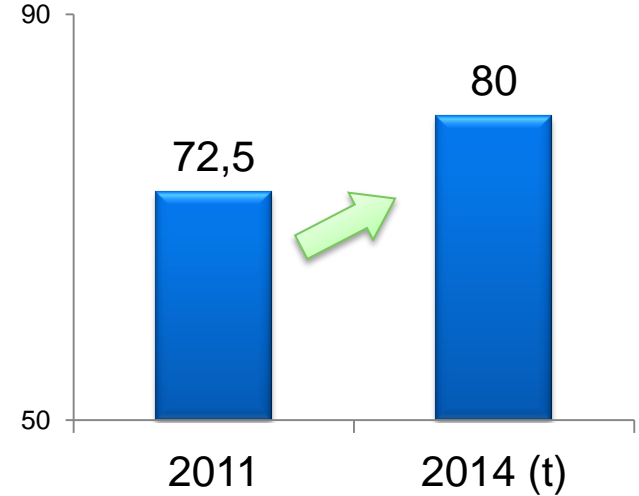
***** Kalder (2012 TMME Endeksi) ****1 GFK&Repman 2012 *****FAO, 2012 *****Superbrands 2012

Pazar Dinamikleri



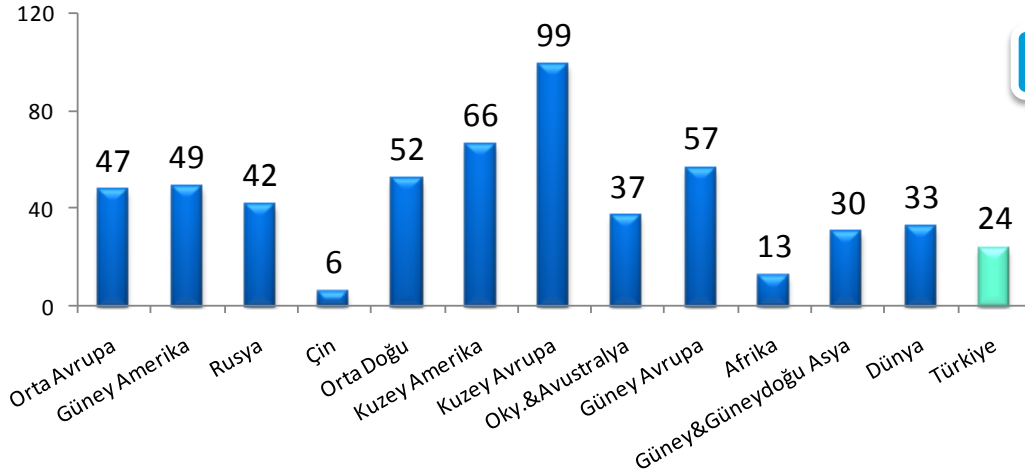
- ▶ Dünyada yıllık çiğ süt üretimi 714 milyon ton, Türkiye'de 15 milyon ton civarında (Kaynak:Tetra Pak, TÜİK),
- ▶ Dünya sıralamasında Türkiye 15. sırada,
- ▶ Gelişmekte olan ve büyüyen ülkelerdeki süt üretiminde/ithalatında artış bekleniyor.
- ▶ 2012 yılında dünya toplam süt ve sütlü ürünler pazarı 300 milyar litreye ulaşarak, tüm içeceklerin %18'ini oluşturmuştur.
- ▶ Kişi başı dünya sütlü ürünler tüketimi 44 litredir. 2015'te bu rakamın 47 litreye çıkması öngörülmektedir.

Dünyada Toplam Süt Tüketimi (Milyar Lt)



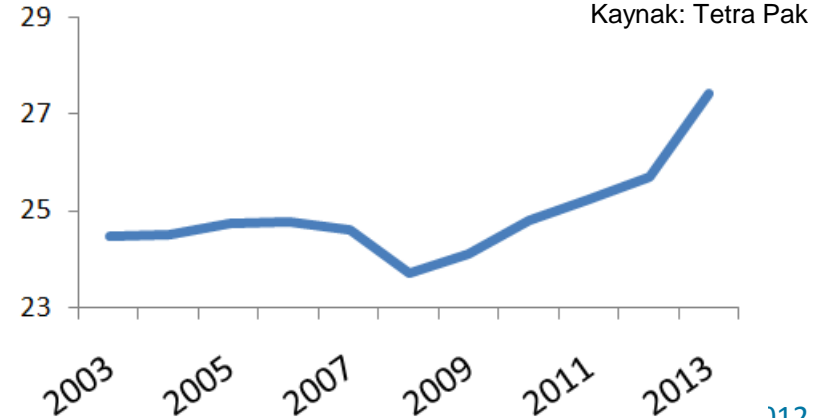
Kaynak: Tetra Pak, Dairy Index Mayıs 2012

Dünyada Kişi Başı İçme Sütü Tüketimi (Lt)



Kaynak: Tetra Pak

Türkiye'de Kişi Başı Süt Tüketimi (Lt)



Kaynak: Tetra Pak

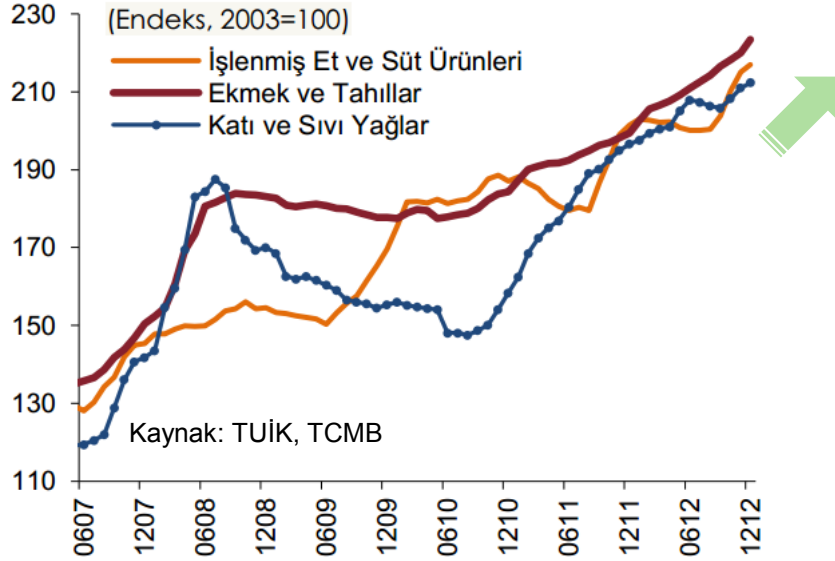


daha iyi bir yaşam için

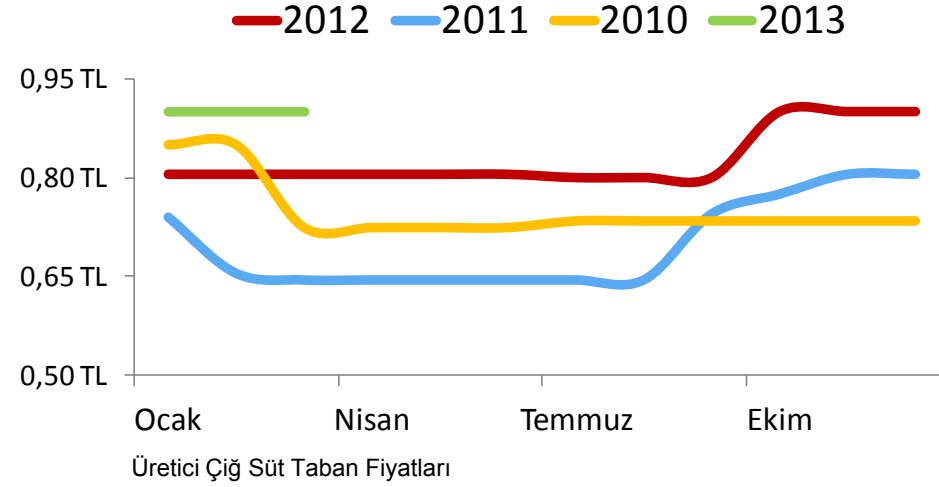
Pazar Dinamikleri - II



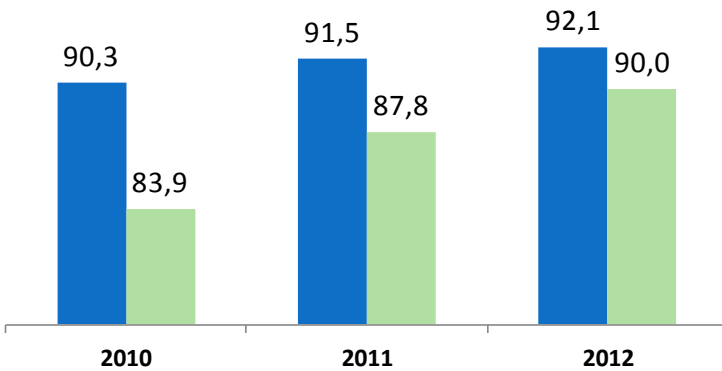
İşlenmiş Gıda Ürünleri Fiyatları



Türkiye'de Çiğ Süt Taban Fiyatları (TL/lt)

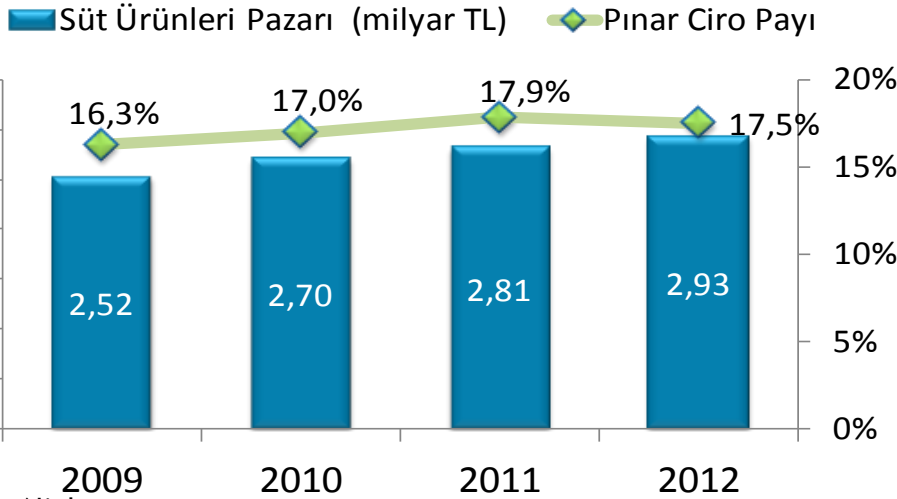


Ambalajlı Süt ve Peynir Penetrasyonları



- ▶ Artan çiğ süt fiyatları
- ▶ Artan yem maliyetleri
- ▶ İşlenmiş Et ve Süt Ürünleri fiyatları 2012 yılında yukarı yönlü bir hareket gerçekleştirmiştir.

Pazar Payları - I



Kaynak: Nielsen

Toplam süt ürünlerine süt, yoğurt, sürülebilir peynir, tereyağı ve ayran dahil edilmiştir.

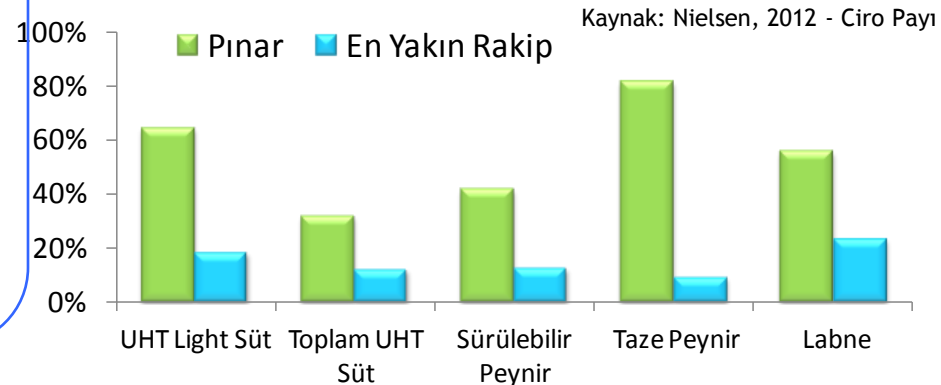
► Ölçülebilir süt ürünleri pazarı, 2012 yılında 2011'e göre ciro olarak %4,4 büyümüş, tonaj olarak ise %8,3 daralmıştır.

► Hızlı tüketim ürünleri pazarında gıdanın ciro payı, geçtiğimiz yılki %48,4 seviyesinden %47,1 seviyesine gerilemiştir.(Nielsen)

► Toplam süt pazarının %65'ini oluşturan sade süt pazarında Pinar Süt %32'lik payıyla en yakın rakibinin 2,5 katından fazla pazar payına sahiptir. (Nielsen)

► Pazar payını artırmaya yönelik pazarlama çalışmalarımız sonucunda; katma değeri yüksek ürünlerde 2012 yılında pazar payı artışı sağlanmıştır.

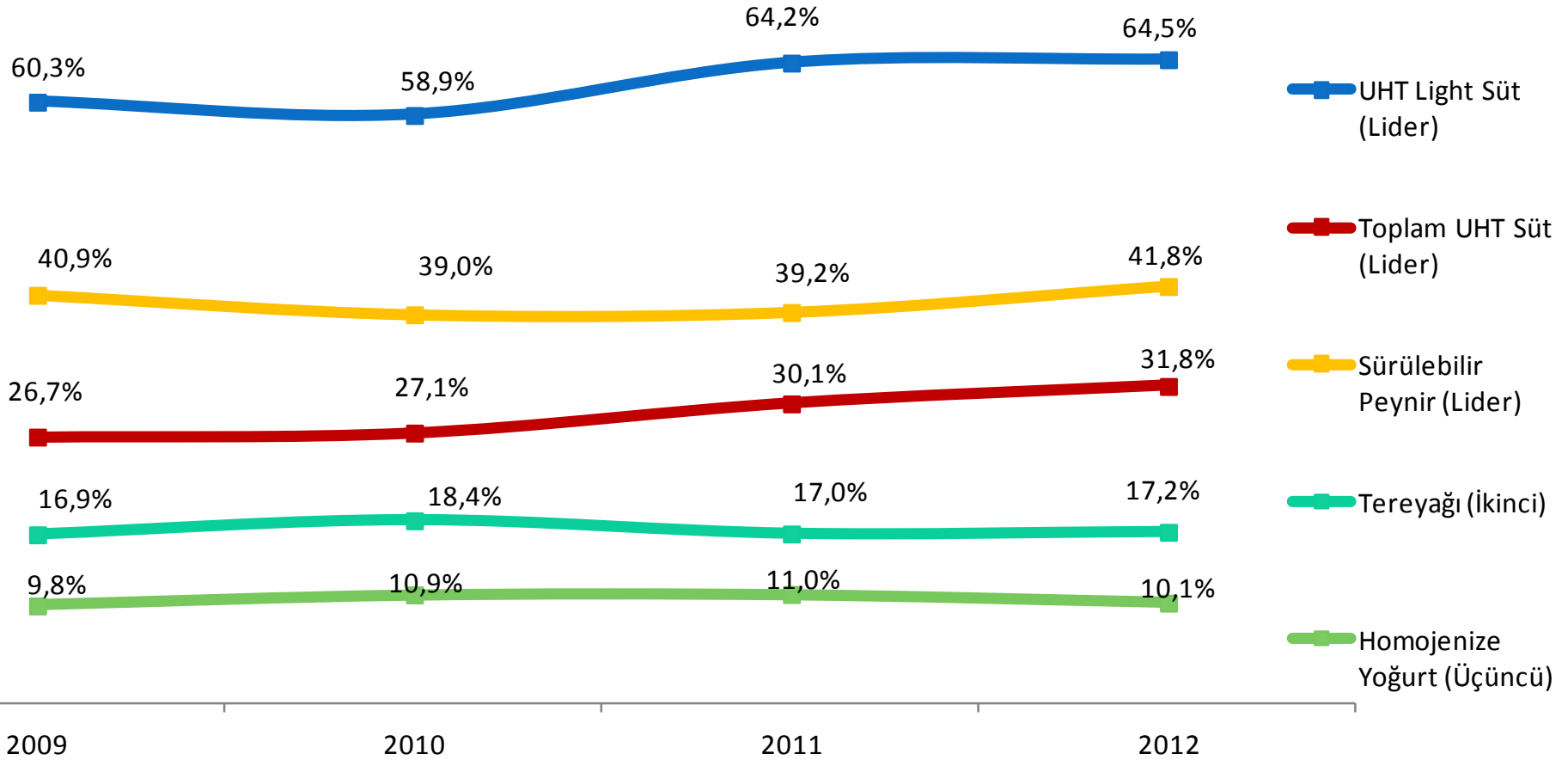
Ürün	Pazar Payı	Pozisyon
UHT Light Süt	65%	Lider
Toplam UHT Süt	32%	Lider
Organik Süt	100%	Lider
Zenginleştirilmiş Süt (Çocuk)	54%	Lider
Tereyağı	17%	İkinci
Homojenize Yoğurt	10%	Üçüncü
Sürülebilir Peynir	42%	Lider
Taze Peynir	82%	Lider
Labne	56%	Lider
Krem Peynir	24%	Lider



Kaynak: Nielsen, 2012 - Ciro Payı

Pinar Süt - 2012

Pazar Payları - II



Kaynak: Nielsen, - Ciro Payı

Yeni Ürünler & Ürün Farklılaştırmaları



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

Pınar Beyaz Çikolatalı Kampanyası



- Pınar Beyaz Çikolatalı ürünü Ekim 2012’de tüketiciye sunuldu. %70 peynir içeren ürün sürülebilir çikolata tadında ama daha sağlıklı.
- Aralık 2012-Şubat 2013 döneminde çizgiüstü ve çizgialtı iletişim ile tanıtıldı.

TV Reklamı



Okullarda 162bin öğrenciye porsiyon ürün dağıtıldı.



Marketlerde beyin maketiyle fotoğraf aktivitesi yapıldı.

Pınar Beyaz Kampanyası



- “Kahvaltıyı Sevdiren Beyaz” kampanyasına 2012 yılında uzun bir aradan sonra yeni çocuk kahramanlarla devam edildi.
- TV dışında marketiçi aktivitler ile ürün alanlara kukla, tişört, amerikan servis ve etiket dağıtıldı.



daha iyi bir yaşam için

Pınar Labne Kampanyası



- “Pınar Labne sayesinde yaptıklarınızla meşhur olursunuz” kampanyasına yeni reklamlarla devam edildi.
- Facebook sayfasını beğenen sayısı 83.000’e ulaştı.

TV



facebook.com/pinarlabne

Pınar Labneli Tarifi

İşte herkesin merak ettiği
Pınar Labneli!

Tam ekran izlemek için tıklayın

Malzemeler Meşhur Tarif 4 Yünlü

ÇİLEKLİ PINAR LABNELİ

MALZEMELER	ÇİLEKLİ SOS
-200 g Pınar Labne	-200 g çilek
-3 su bardağı Pınar Süt	-1 su bardağı beyaz şeker
-10 su bardağı çikolata	
-4 çorba kaşığı mısır nişastası	
-1 tatlı kaşığı gül suyu	
-2 kakulic tohumu (havanda dövülmüş)	
-1/2 paket vanilya	

Meşhur tarif için tıklayın >>

Pinar Krem Peynir Kampanyası



- Uzun yıllar iletişim yapılmayan Krem Peynir kategorisine 'Bana Bana' kampanyası ile Nisan 2012'de başlandı.
- Krem Peynir Bana Bana reklamı döneminde hedef kitemize ulaşmak ve ürünümüzü denetmek için TV dışında çeşitli mecralarda etkinlikler yapıldı.
- Etkinlik yapılan; Üniversite kampüsleri, iş merkezleri, vapur ve yazlık plajlarda ürünlerimizi simit ve galeta eşliğinde tattırdık.
- Vapurlarda yapılan Flashmob etkinliğinin ise videosu çekildi ve digital ortamda paylaşıldı, toplam 680.000 kişi tarafından izlendi.

TV



Flashmob



Pınar Kido Kampanyası



- Ocak-Şubat döneminde çocukların günlük hayatlarında kullanabilecekleri eğlenceli unsurlar içeren “Komiklik Kitabı” promosyon olarak verildi.
- Kampanyamızı anlatmak adına TV ve sinema filmi Şubat döneminde yayında oldu. Şubat ayında çocuk dergilerinde ilanımız yayınlandı. Birçok oyun sitesinde Kido.com.tr’ye yönlendiren bannerlar yayınlandı. Hürriyet ve Sabah gazetelerinde h.sonları ilanlarımız yayınlandı. (2-10 Şubat)
- Çocuklar Komiklik Kitabının içerisinde yer alan özel şifreler ile Kido.com.tr’de yer alan oyunlarda avantajlı oynama hakkına sahip oldular. Böylece, daha çok çekiliş hakkı aldılar.
- Hediye olarak, 3 adet İpad, 5 adet xbox oyun konsolu ve dance central oyunu verilecek.

Reklam



www.kido.com.tr



Komiklik Kitabı



Dergi ilanı



Gazete ilanı



daha iyi bir yaşam için

Pınar Sade Süt Kampanyası



- 12 Şubat-5 Mart tarihleri arasında , 'Büyüme' iletişimimiz ile yeniden TV ve radyoda yayındaydık.
- Şubat ayında, tüketicilerimizden aldığımız geri bildirimler ve reklam içeriğimize paralel 1/1 Sade Süt ambalajının önyüzüne eski ambalajımızın görselini taşıyarak, iletişimimizi sahaya da indirmiş olduk.

Reklam



Nostalji Ambalaj



daha iyi bir yaşam için

Pınar Beyaz Çikolatalı Kampanyası



- Pınar Beyaz Çikolatalı ürünü Ekim 2012’de tüketiciye sunuldu. %70 peynir içeren ürün sürülebilir çikolata tadında ama daha sağlıklı.
- Aralık 2012-Şubat 2013 döneminde çizgiüstü ve çizgialtı iletişim ile tanıtıldı.

TV Reklamı



Okullarda 162bin öğrenciye porsiyon ürün dağıtıldı.

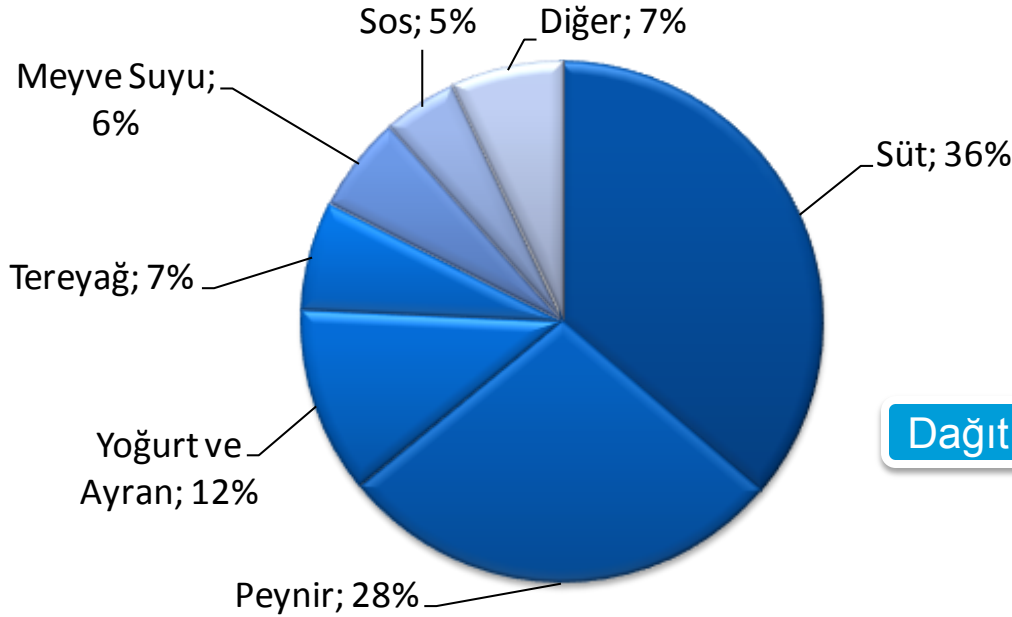


Marketlerde beyin maketiyle fotoğraf aktivitesi yapıldı.

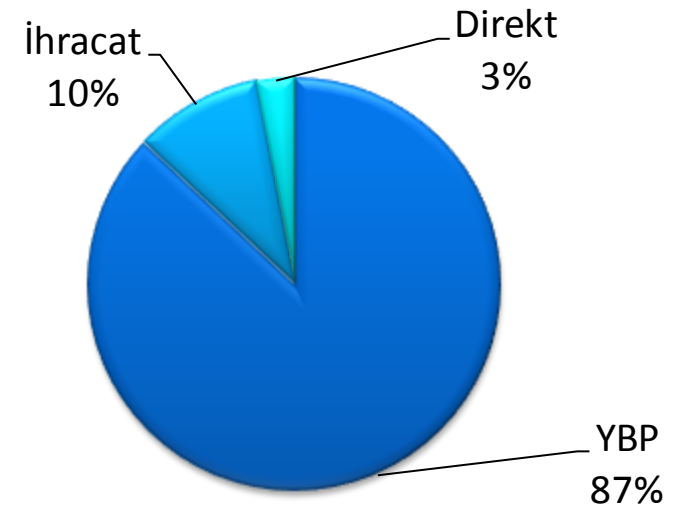
Ürün Grupları ve Kanal Dağılımı



Ürün Grupları Bazında Net Satışların Kırılımı (2012)

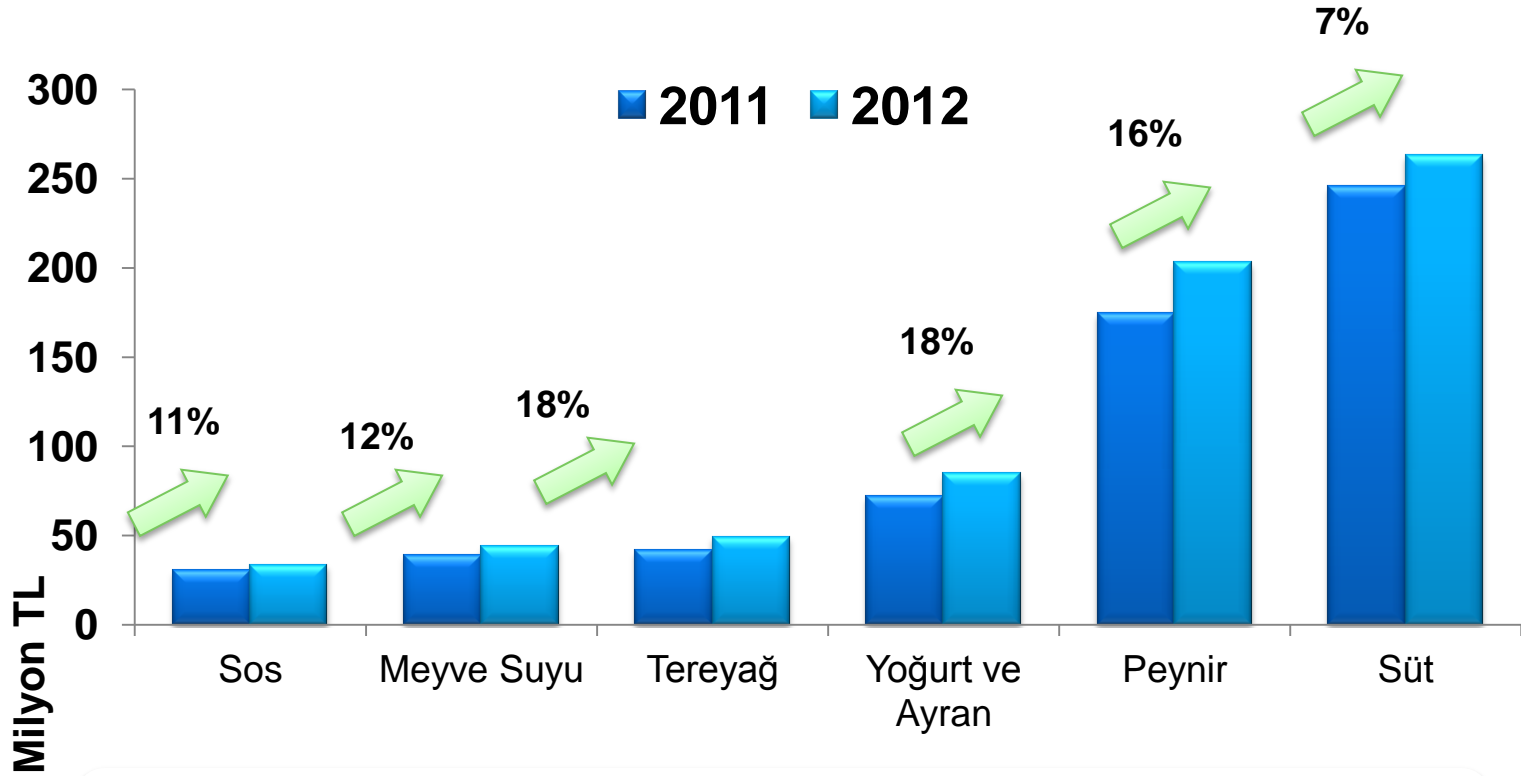


Dağıtım Kanalları Bazında Net Satış Kırılımı (2012)



Pınar Süt - 2012

Ürün Grupları Bazında Büyüme Oranları



2012 yılında net satışlarımız geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre %11,7 büyümüştür.

İhracat



- ▶ PINAR SÜT 2012 yılında Türkiye'nin süt ve süt ürünleri ihracatının %22'sini tek başına gerçekleştirmiştir.

- ▶ **2012 yılında ihracatını Dolar bazında %20, Türk Lirası bazında ise %33 oranında artırmıştır.**

- ▶ Ortadoğu'dan Avrupa'ya, ABD'den Asya'ya 29 ülkeye ihracat gerçekleşmektedir. 2012 yılında İsviçre, Hong Kong ve Afganistan da Pınar Süt'ün ihracat yaptığı ülkeler arasına katılmıştır.

- ▶ Pınar Süt, Paketli Labne Peyniri ile Suudi Arabistan, Kuveyt ve BAE'de sırasıyla %35, %50 ve %35 pazar payına sahiptir.

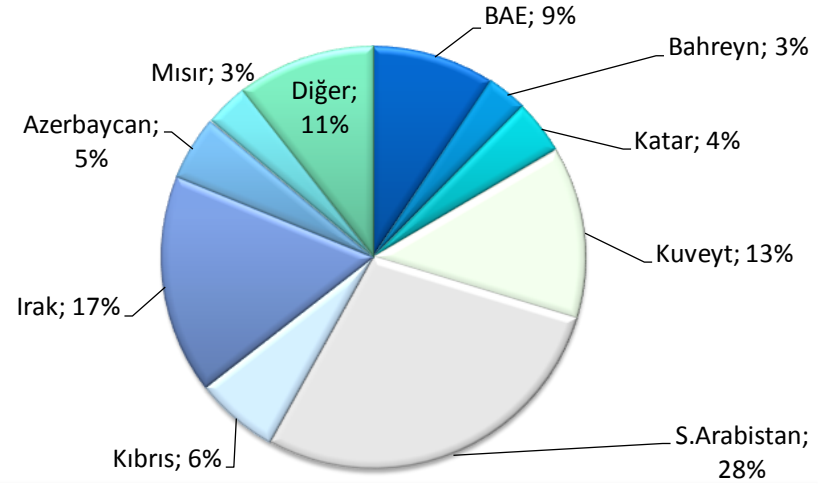
- ▶ Ayrıca Körfez Ülkeleri'ne uzun ömürlü süt, beyaz peynir, Pınar Beyaz, krema, meyve suyu, yoğurt ve ayran ihraç edilmektedir.

- ▶ İhracat satışları 2002'den 2011'e 3 kat artış gösterdi.

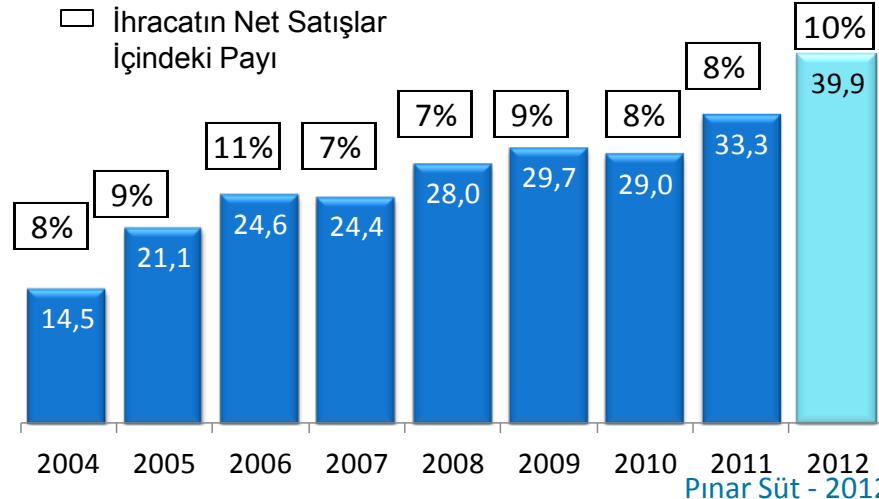
- ▶ Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından desteklenen **TURQUALITY** projesinde yer alan en önemli markalardan biridir.

- 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.

Yurt Dışı Satışlar Ülke Bazında Kırılım (2012)



Yurt Dışı Satışlar (Mn USD)



Pınar Süt - 2012

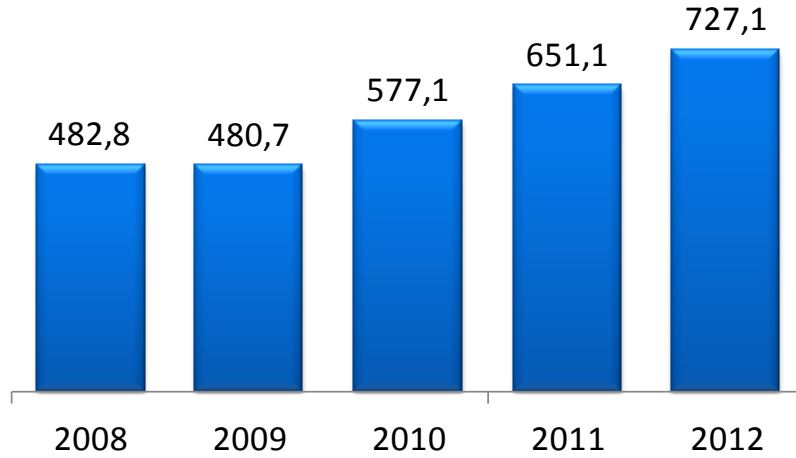
FİNANSAL SONUÇLAR



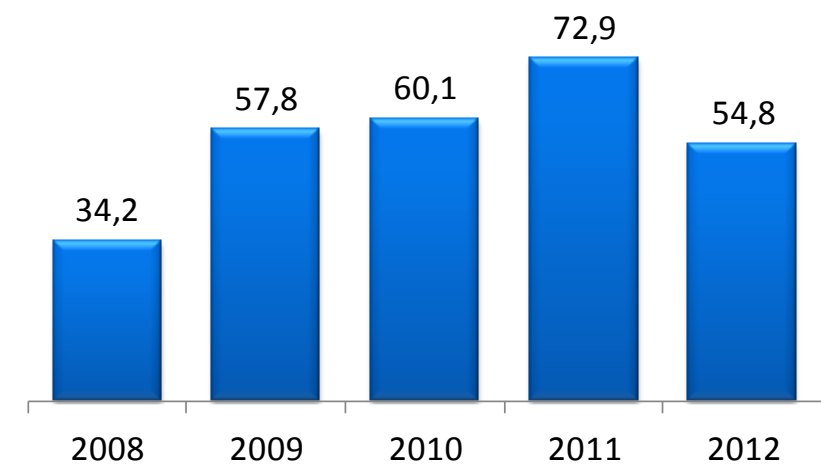
Satış Performansı ve Karlılık



Net Satışlar (Mn TL)



Net Kar (Mn TL)

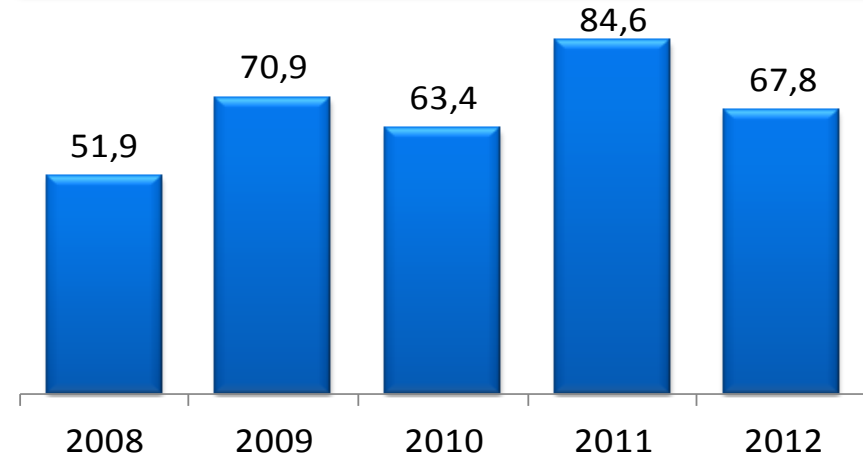


► 2012 yılında, geçtiğimiz yıla göre satışlarımızdaki %11,7 düzeyindeki artış fiyat ve tonaj kaynaklı olarak gerçekleşmiştir. Tonaj bazındaki artış %2'dir.

► Stratejilerimize uygun olarak 2012 yılında da satış ve pazar payı artışı sağlanmış olup pazar yatırımlarına ağırlık verilmiştir.

► USK tarafından çiğ süt taban fiyat uygulamasına geçilmiştir. 2012 yılı ortalama çiğ süt fiyatlarının, 2011 yılı ortalamasının %18 düzeyinde üzerinde olması, pazardaki daralma ve artan fiyat rekabeti karlılığımızı olumsuz etkilemiştir.

FAVÖK* (Mn TL)

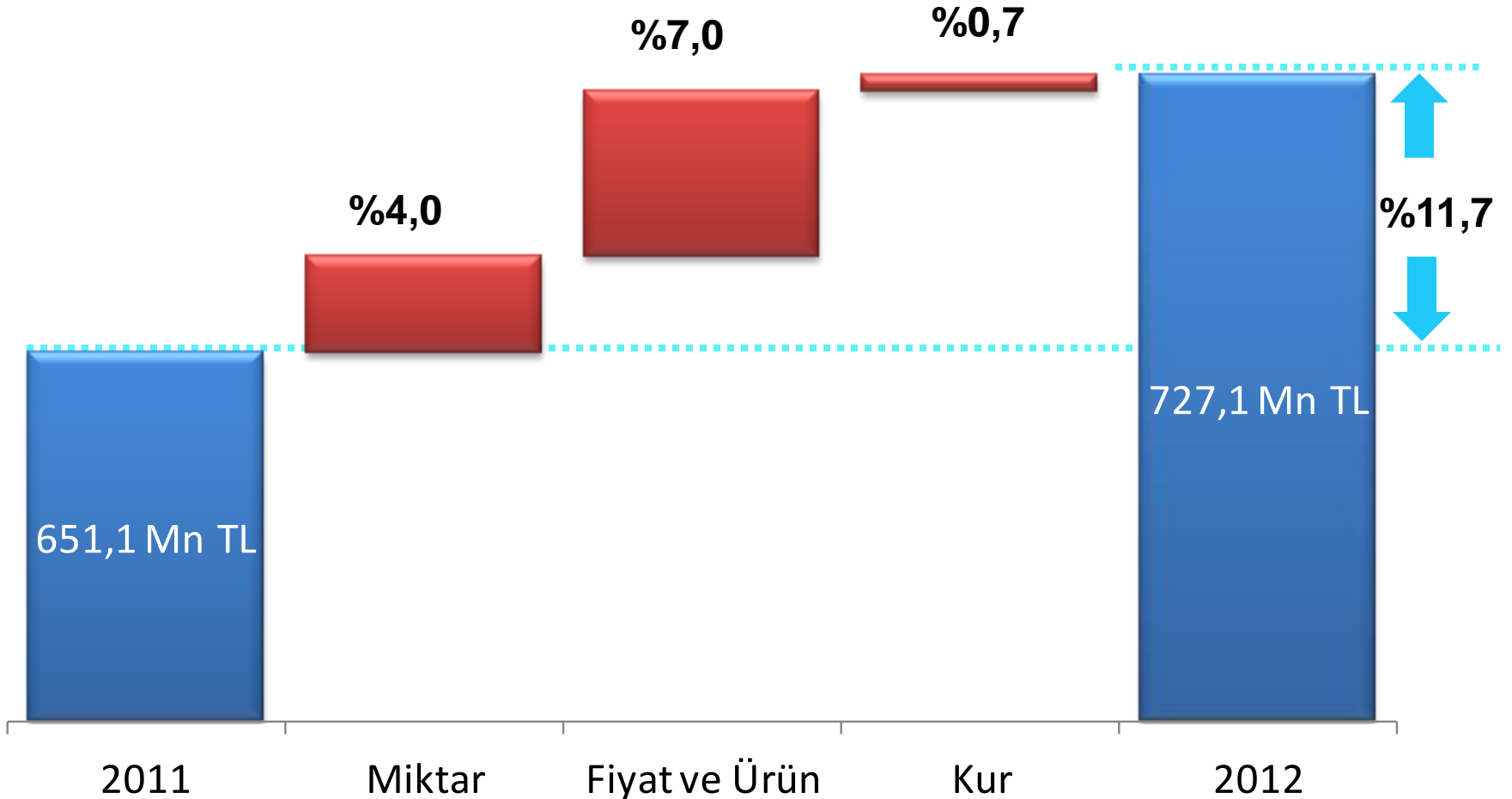


Gelir Tablosu



(Milyon TL)	31.12.2012	31.12.2011	Fark	% Değişim
Net Satışlar	727,1	651,1	76,0	11,7
Satılan Malın Maliyeti	(582,2)	(517,3)	(64,8)	12,5
Brüt Kar	145,0	133,8	11,2	8,4
Ar&Ge Giderleri	(7,2)	(5,6)	(1,7)	29,9
Satış, Dağıtım ve Pazarlama Giderleri	(54,9)	(35,3)	(19,6)	55,5
Genel Yönetim Giderleri	(33,1)	(24,5)	(8,6)	35,0
Faaliyet Karı	49,8	68,4	(18,6)	(27,3)
Özkaynak Yöntemiyle Değerlenen				
Yatırımların Kârlarındaki Paylar	3,1	7,4	(4,2)	(57,3)
Diğer Gelirler	7,5	8,6	(1,2)	(13,5)
Diğer Giderler	(2,0)	(2,8)	0,8	(29,3)
Finansal Giderler (Net)	3,4	1,7	1,7	103,0
Vergi Öncesi Kar	61,8	83,3	(21,5)	(25,8)
Vergi	(7,0)	(10,4)	3,4	(32,5)
Dönem Net Karı	54,8	72,9	(18,1)	(24,8)
FAVÖK	67,8	84,6	(16,8)	(19,9)
Toplam Varlıklar	616,9	625,6	(8,7)	(1,4)
Özsermaye	435,7	439,0	(3,2)	(0,7)

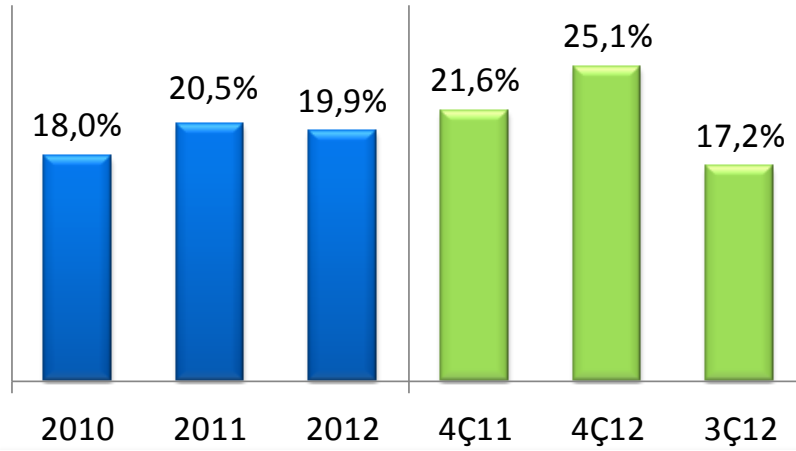
Büyüme Analizi



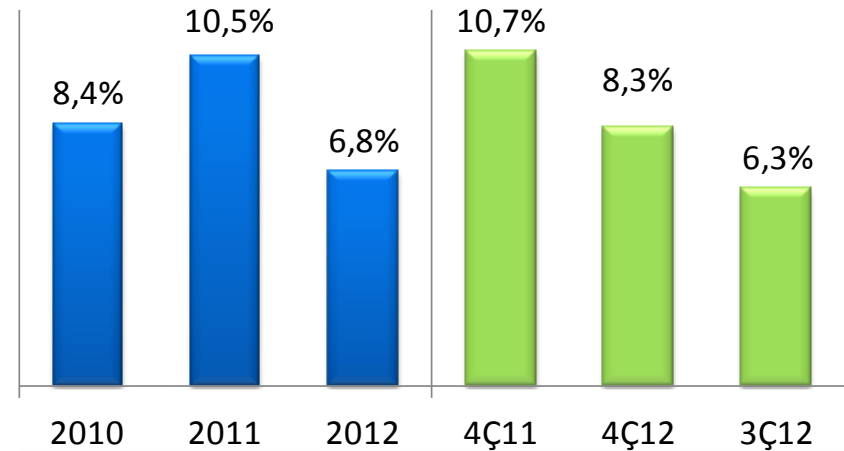
Kar Marjları



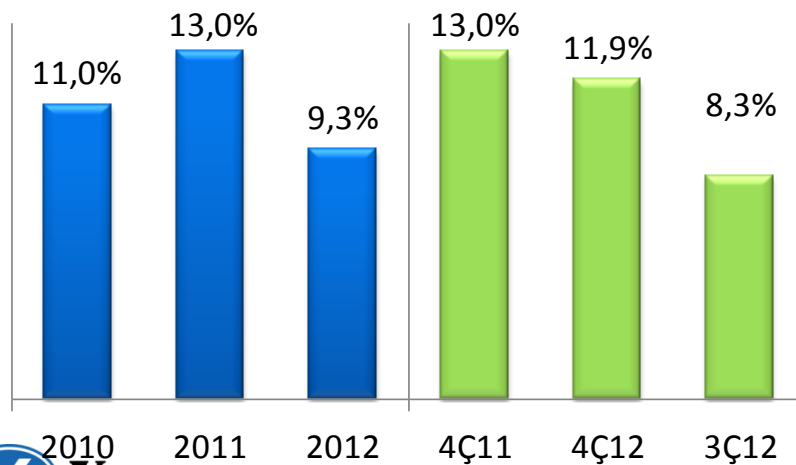
Brüt Kar Marjları (%)



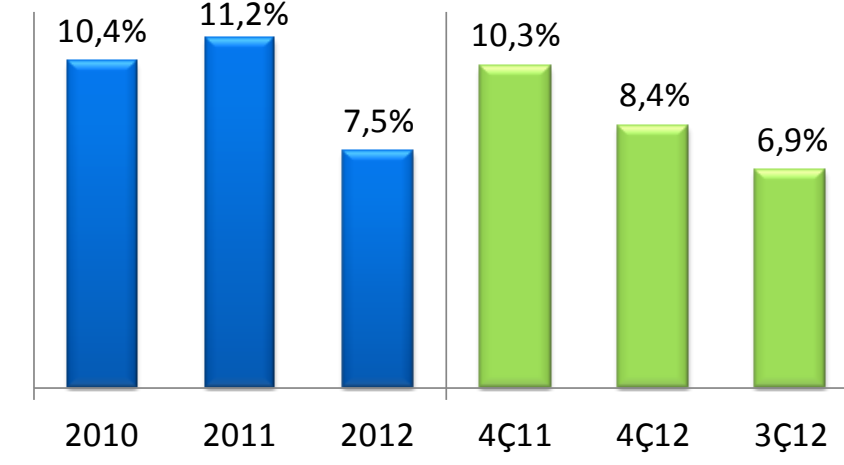
Faaliyet Kar Marjları* (%)



FAVÖK Marjları** (%)



Net Kar Marjları (%)



Yaşar

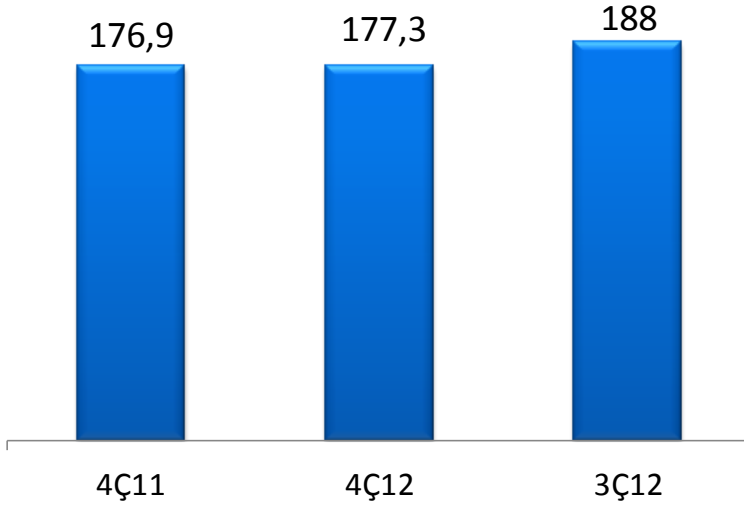
* Diğer gelir ve giderler hariç ** Amortisman ve KTK öncesi faaliyet karı

daha iyi bir yaşam için

Çeyrek Dönem Sonuçları

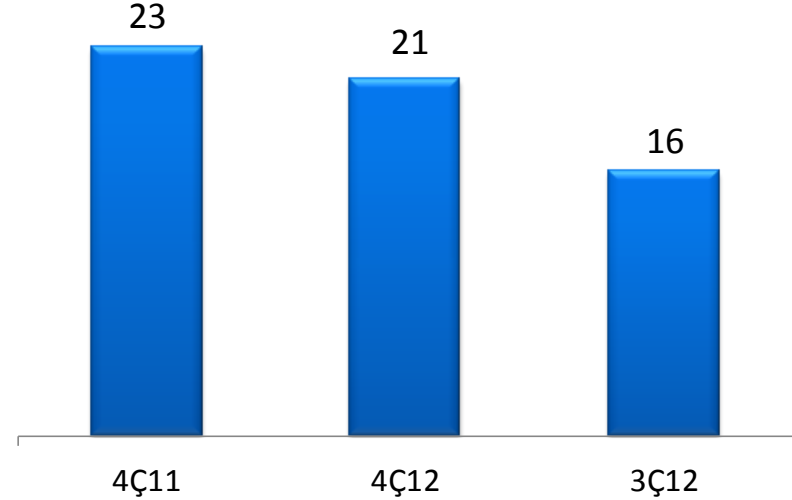


Net Satışlar (Mn TL)



- ▶ 2012 yılının son çeyreğinde, geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre brüt kar marjında meydana gelen artış, pazardaki olumlu gelişmelere bağlı olarak gerçekleştirilebilen satış fiyatı artışları kaynaklıdır.
- ▶ Benzer şekilde, 2012 yılının üçüncü çeyreğine göre de kar marjlarımızda önemli oranda iyileşme sağlanmıştır.

FAVÖK* (Mn TL)



- ▶ Pazarda fiyat rekabeti devam etmektedir.
- ▶ Pazarın üzerinde büyüme stratejimiz çerçevesinde pazarlama yatırımlarımıza ağırlık verilmiştir.

Temel Rasyolar, Net Finansal Borç, Net İşletme Sermayesi



31 Aralık 2012 31 Aralık 2011

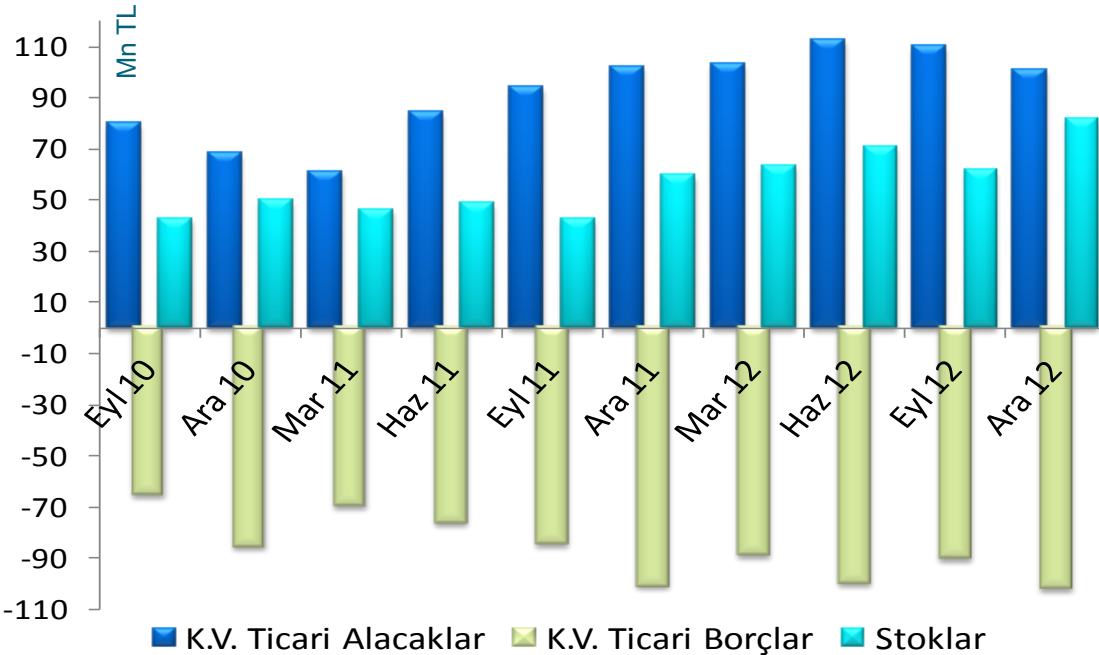
(Milyon TL)

31 Aralık 2012 31 Aralık 2011

	31 Aralık 2012	31 Aralık 2011
Cari Oran	1,64	1,81
Kaldıraç Oranı	0,29	0,30
KD Finansal Borç / Toplam Fin. Borç	0,99	0,58
Net Finansal Borç / EBITDA	0,16	0,36
Toplam Finansal Borç / Sermaye	0,04	0,08

	31 Aralık 2012	31 Aralık 2011
Nakit ve Nakit Benzeri Varlıklar	4,51	4,99
Kısa Vadeli Krediler	15,52	20,45
Uzun Vadeli Krediler	0,13	15,07
Net Finansal Borçlar *	11,15	30,54

* Finansal borç aynı koşullarda Grup Şirketlerine devredilmiştir.



► İşletme faaliyetlerinden sağlanan net nakitte artış %49

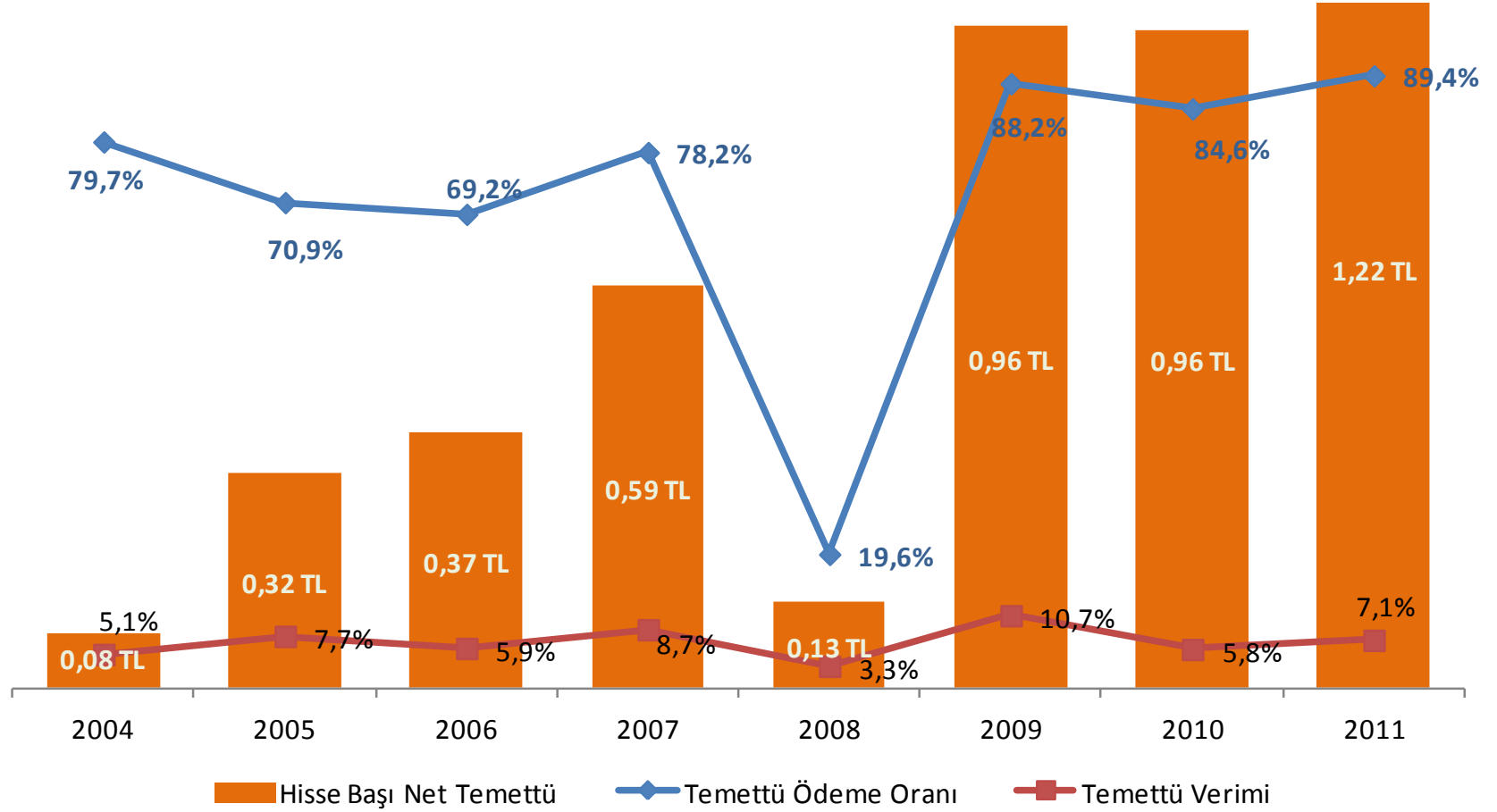
2011
32,9 Mn TL



2012
49,0 Mn TL

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

Temettüler



Yaşar

daha iyi bir yaşam için

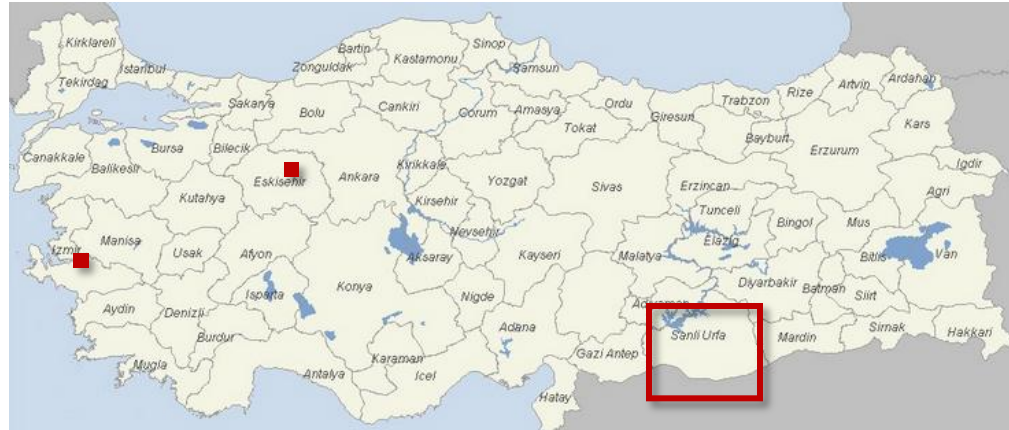
- ▶ USK tarafından uygulanan taban fiyat yöntemine bağlı olarak çiğ süt fiyatlarındaki dalgalanma azalmış ancak; 2012 yılı ortalama çiğ süt fiyatları 2011 yılı ortalamasının %18 oranında üzerinde seyretmiştir.
- ▶ Başta enerji fiyatlarında ortalama %19 civarındaki artışlar olmak üzere, maliyetlerde artışlar gerçekleşmiştir.
- ▶ 2012 yılında pazar payını artırma stratejimiz çerçevesinde pazarlama yatırımlarına ağırlık verilmeye devam edilmiş ve 2012 yılında 2011 yılına göre pazar paylarımızda artışlar sağlanmıştır.
- ▶ Yeni ürünler ve pazar eğilimlerine yanıt veren yeni ambalaj çeşitlendirmesi yapılmıştır.
- ▶ 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 geliştirerek
 - ▶ İhracat satışlarını Körfez Ülkeleri dışında da artırarak
 - ▶ Pazarlama yatırımlarımıza devam ederek
- bulduğumuz segmentlerde pazarın üzerinde büyüme sağlamak

Şanlıurfa Yatırımı



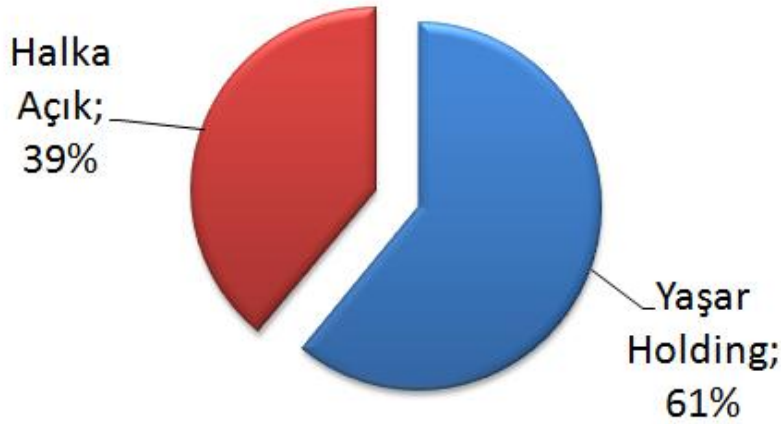
- ▶ **100 bin m² alan** üzerine kurulacak Pınar Süt Şanlıurfa Fabrikası, Şanlıurfa ve çevre illerden toplanacak çiğ sütler ile **yıllık 180 milyon litre çiğ süt işleme kapasitesine** sahip olacak.
- ▶ Fabrika'da **süt ve sütlü ürünlerin üretimi** yapılacaktır. İhtiyaçlar doğrultusunda ürün çeşitliliği artırılabilecektir.
- ▶ 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** faydalanılacaktır.
- ▶ **100 Milyon TL** maliyetli yatırım için, 2013 yılı başında temeli atılacak Fabrika'nın 2013 sonu itibariyle faaliyetlerine başlaması planlanmaktadır.



Ortaklık & İştirak Yapısı – Hisse Performansı

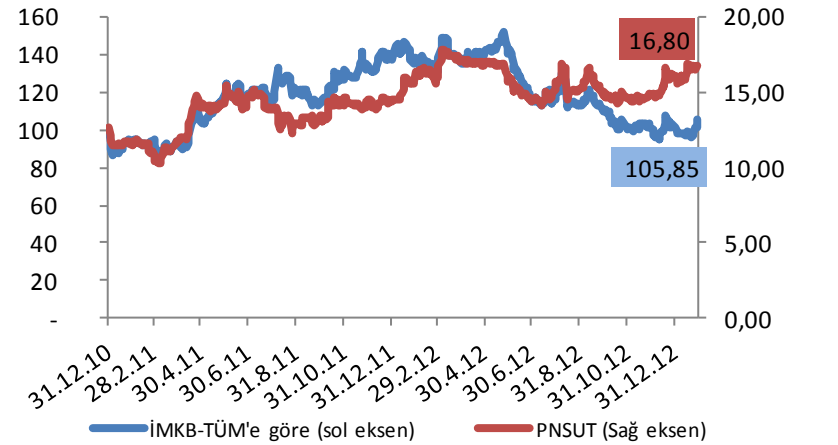


Ortaklık Yapısı



Hisse Performansı

Pınar Süt Hisselinin Mutlak ve Göreceli Performansı
(İMKB-TÜM ile Kıyaslı) 31.12.2010 = 100



Pınar Süt

KURUMSAL YÖNETİM DERECELENDİRME NOTU: 8,87
Bir önceki yıl 8,34 olan derecelendirme notumuz 2012 yılı değerlendirmesi sonucunda yükseltilmiştir.

Yaşar Birleşik Pazarlama A.Ş.

%31,8

Pınar Foods GmbH, Germany

%44,9

Desa Elektrik Üretimi Otoprodüktre Grubu

%30,5

Pınar Entegre Et ve Un San. A.Ş.

%12,6

Çamlı Yem Besicilik San. Tic. A.Ş.

%5,5

Pınar Su San. Tic. A.Ş.

%8,8



daha iyi bir yaşam için

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 Mamülleri San. 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

Faks: 90 232 484 17 89

yatirimciiliskileri@pinarsut.com.tr



Teşekkür ederiz.

