

*illa ki
Pınar
Sucuk!*

PINAR ENTEGRE ET VE UN SAN.
A.S.

PINAR

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

Ürün Portföyü

- İlk akla gelen işlenmiş et markası*
- Paketlenmiş et te en beğenilen şirket**
- Türkiye'nin Süper markalarından***

Marka Değeri

- Hijyenik ve AB Standartlarında üretim
- Teknik deneyim ve sektörel bilgi

Üretim

- Tedarikten son ürüne kadar her aşamada gıda güvenliği ve kalite
- ISO 9001-2008
- ISO 14001
- ISO 18001
- ISO 22000 HACCP

Kalite

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

Dağıtım Ağı

- 6 bölgeye yayılmış satın alma faaliyetleri
- Çiftçilerle güçlü ilişkiler
- Sözleşmeli besicilik

Tedarik

Pazar Dinamikleri



HTÜ Büyüme

- Hızlı Tüketim Ürünleri (sigara hariç) Pazar cirosu 2010 yılında 2009'a kıyasla %8,9 büyüyerek **34 milyar TL** seviyesine ulaşmıştır.
- HTÜ (sigara hariç) içindeki Gıda&İçecek'in ciro payı 2010 yılında **%78,2** olarak gerçekleşmiştir.

Kaynak: Nielsen

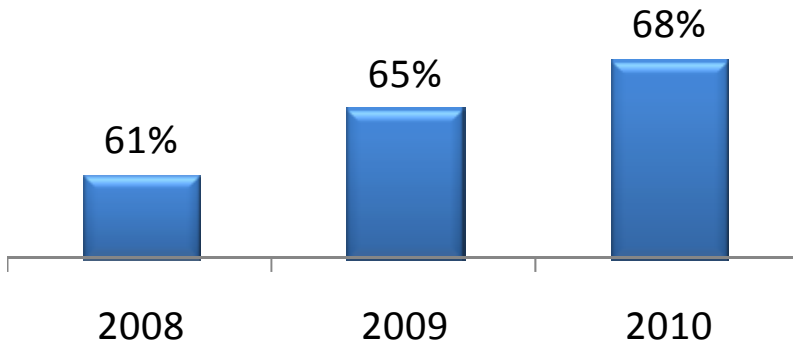
HTÜ içindeki Et Ürünleri Harcama Payı (%)



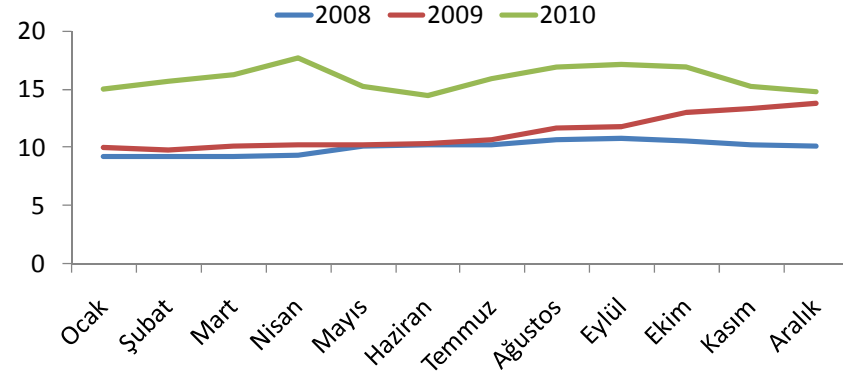
Kaynak: IPSOS

İşlenmiş Et - Paketli

Paketli Şarküteri Miktar Payı (%)



Karkas Et Ortalama Fiyat (TL)



► Et üretimi yaklaşık 2 milyon ton civarındadır

► Kırmızı Et Pazarı 800 bin ton olup, yaklaşık 8,5 milyar USD

► Katma değerli ürünlere yönelen trend

► Kayıtlı şarküteri pazarı 100 bin tonun üzerinde (1 milyar USD) (Toplam pazarın 200 bin tonun üzerinde olduğu tahmin edilmektedir.)

► Türkiye'de kişi başına et tüketimi (28 Kg) artış göstermekle birlikte , halen AB (66 Kg) ve ABD(101 Kg) ortalamalarının gerisindedir.

Pazarda rakiplerinin ilerisinde



ÜRÜN	PAZAR PAYI (%)	POZİSYON
DONDURULMUŞ HAZIR GIDA (ET)	58%	LİDER
SALAM	34%	LİDER
SOSİS	27%	LİDER
SUCUK	16%	LİDER
TOPLAM ŞARKÜTERİ	20%	LİDER

► Şarküteri pazarı 2010 yılında, kırmızı et fiyatlarındaki hızlı yükselişin etkisiyle tonaj olarak %2,7 daralırken ciro olarak %10,8 oranında büyümüştür. Pınar Et ise şarküteride %17 ciro büyümesi elde etmiştir.

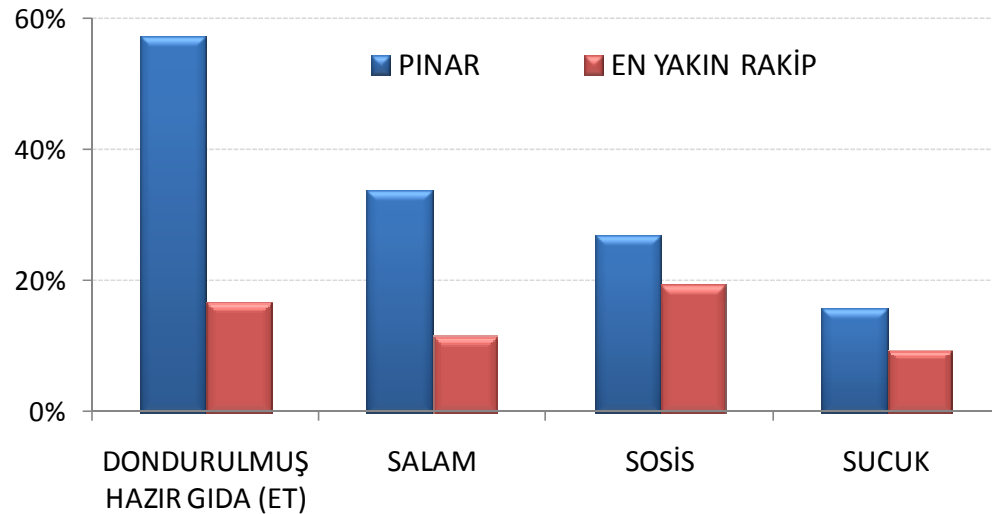
► Pınar Et şarküteri pazarında en yakın rakibinin 2 katını aşan %20 pazar payıyla liderliğini korumuştur.

► Paketli ürün pazarında Aytaç, Polonez, Banvit ve Maret gibi ulusal rakipler bulunmaktadır.

► Pınar Et, etli ve unlu ürünler ile deniz ürünlerini kapsayan tüm dondurulmuş ürünler pazarında da %29 ciro payıyla 1. sıradadır.

Kaynak: Nielsen 2010 - Ciro Payı

Pazar Payı Karşılaştırması



Kaynak: Nielsen 2010 - Ciro Payı

Yeni Ürünler & Ürün Farklılaştırmaları



Yeni Ürünler:

- ▶ Pınar Açıkbüfe Salamlar
- ▶ Pınar Pizzatto
- ▶ Pınar Aç Bitir Sosis
- ▶ Pınar Aç Bitir Sucuk
- ▶ Pınar Aç Bitir Salam
- ▶ Pınar Gurme Burger
- ▶ Pınar doyum kokteyl sosis 1000



Ürün Farklılaştırma:

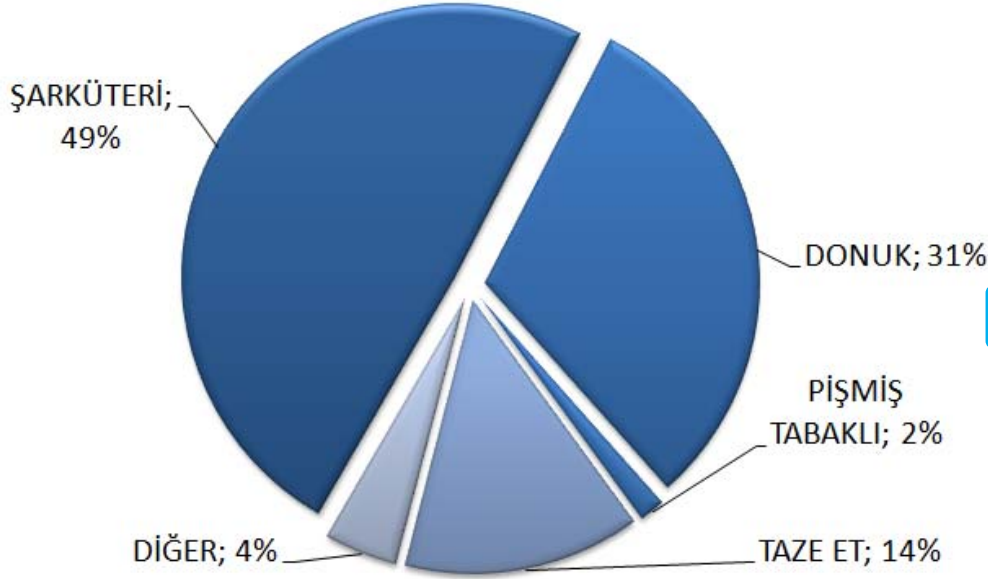
- ▶ Çoklu ambalajlama

Pazar eğilimlerine yanıt veren yeni ambalaj çeşitlendirmesi: kolay açılır (easy-open), en uygun raf ömrü, daha küçük ambalajlama

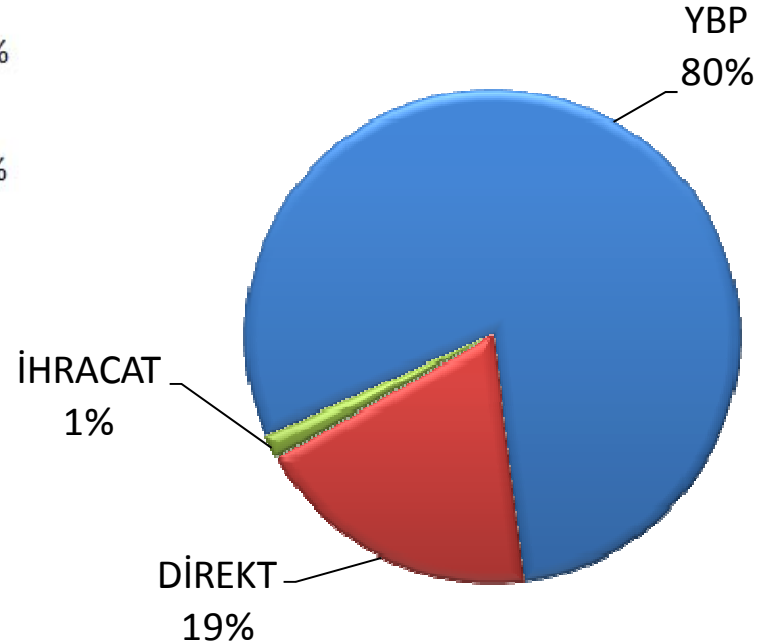
Ürün Grupları ve Kanal Dağılımı



Ürün Grupları Bazında Net Satışların Kırılımı



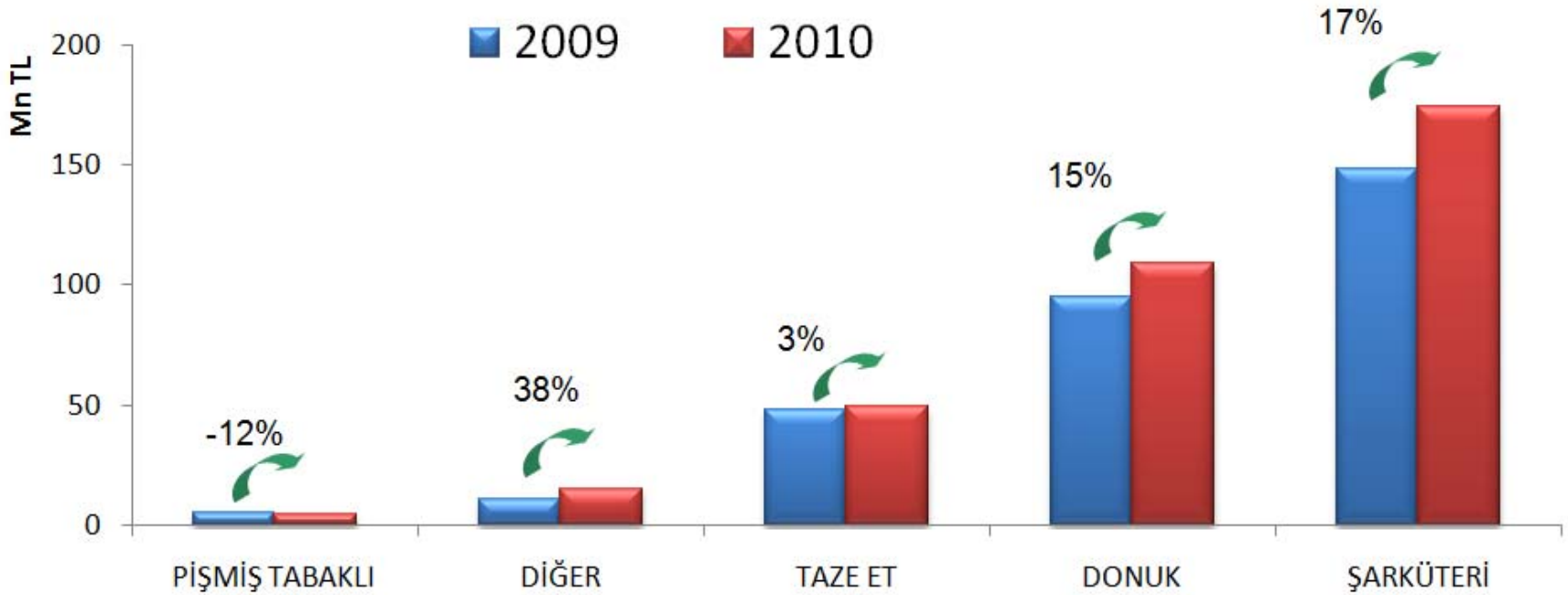
Dağıtım Kanalları Bazında Kırılım



Satışlarda Büyüme

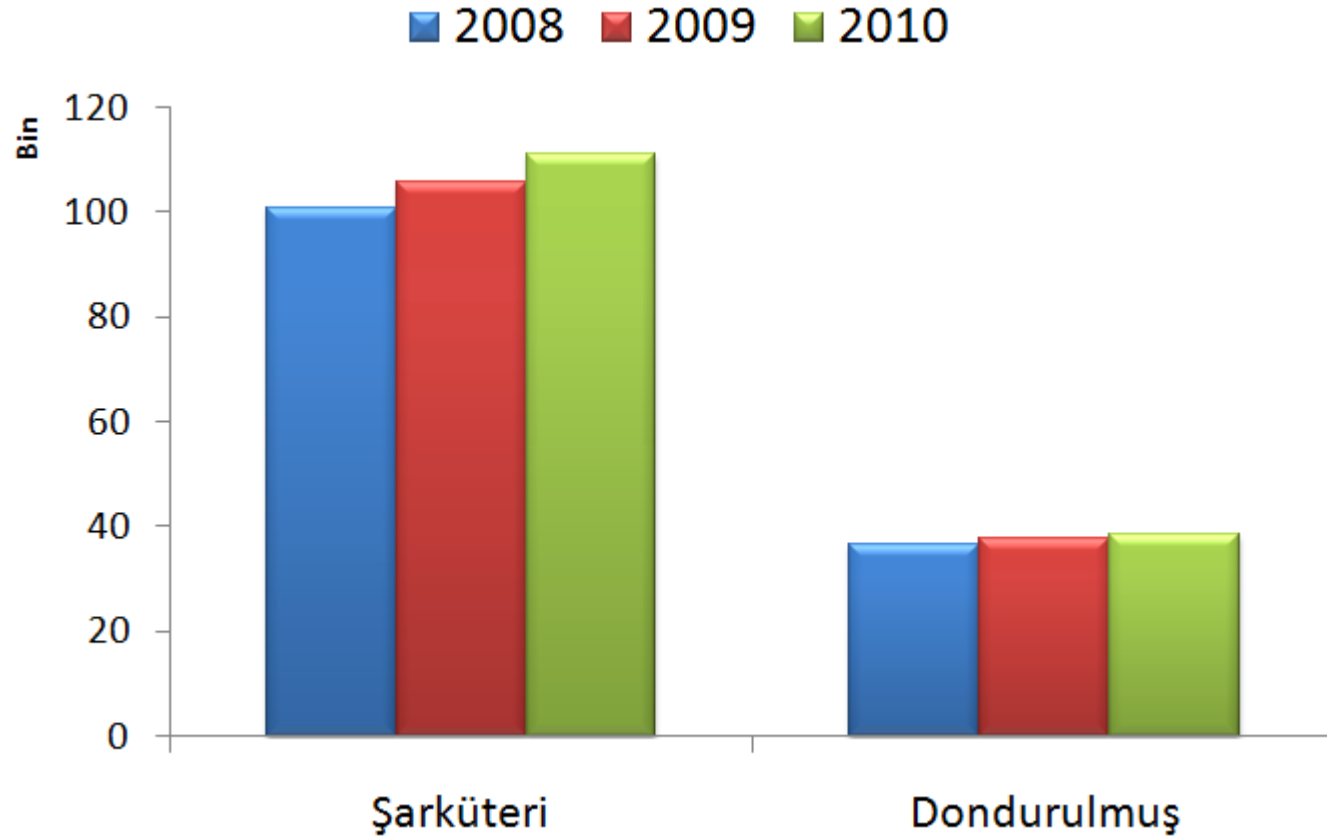


Ürün Grupları Bazında Büyüme Oranları



2010 Yılında Net Satışlar 2009'a kıyasla %15 büyümüştür.

YBP Müşteri Sayısına Göre Büyüme



*illa ki
Pınar
Sucuk!*



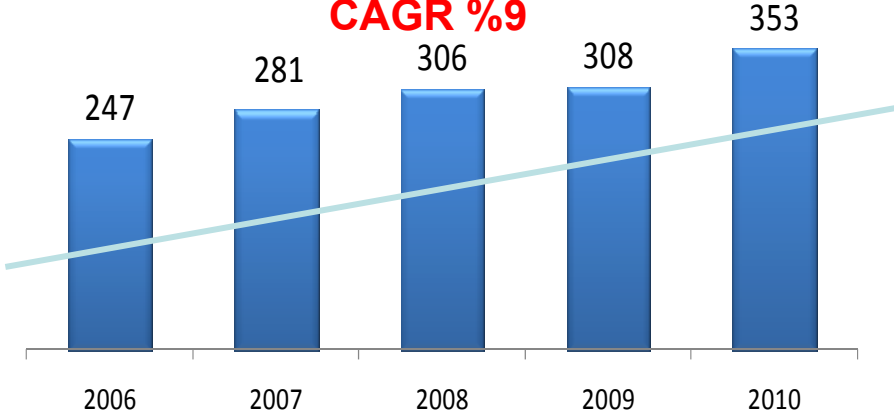
FİNANSAL
SONUÇLAR

2006-2010 Performansları



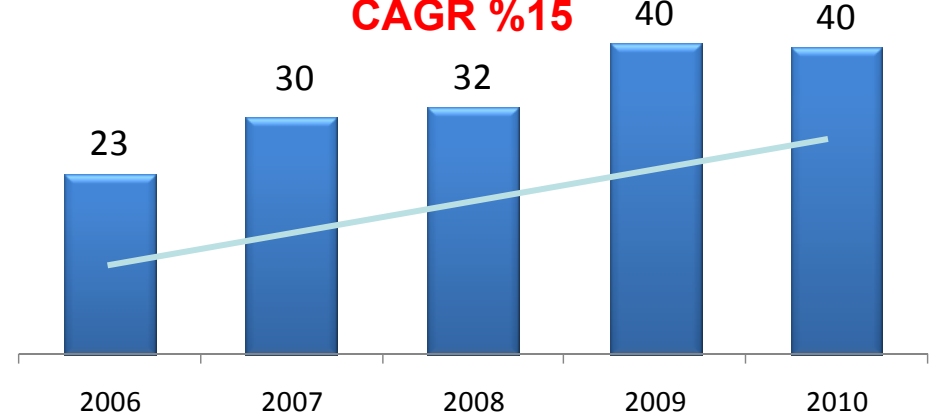
Net Satışlar (Mn TL)

CAGR %9



Net Kar (Mn TL)

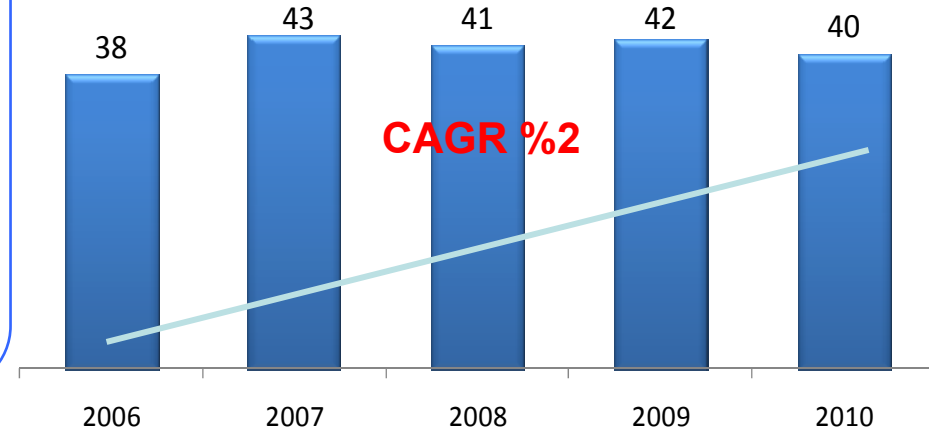
CAGR %15



- Stratejilerimize uygun olarak 2010 yılında satış ve pazar payı artışı sağlanmıştır.
- Katma değeri yüksek ürünlerin satışlarına odaklanma stratejisine devam edilmiştir.
- Tüketicinin alım gücüne uygun küçük gramajlı ürünler üretilmiştir.
- Kırmızı et fiyatlarındaki hızlı yükselişe rağmen mutlak değer olarak karımız korunmuştur.

FAVÖK* (Mn TL)

CAGR %2



Gelir Tablosu



(Milyon TL)	31.12.2010	31.12.2009	Fark	% Değişim
Net Satışlar	352,8	307,8	45,0	14,6
Satılan Malın Maliyeti	(292,9)	(243,1)	(49,8)	20,5
Brüt Kar	59,9	64,7	(4,8)	(7,4)
Ar&Ge Giderleri	(0,9)	(0,8)	(0,1)	13,6
Satış, Dağıtım ve Pazarlama Giderleri	(14,8)	(17,7)	2,9	(16,3)
Genel Yönetim Giderleri	(13,8)	(13,0)	(0,8)	6,0
Faaliyet Karı	30,5	33,3	(2,8)	(8,5)
Özkaynak Yöntemiyle Değerlenen Yatırımların Karlarındaki Paylar	12,5	12,0	0,5	4,4
Diğer Gelirler	1,3	1,0	0,3	28,5
Diğer Giderler	(1,1)	(2,0)	0,9	(46,3)
Finansal Giderler (Net)	3,6	3,3	0,4	11,6
Vergi Öncesi Kar	46,9	47,6	(0,7)	(1,5)
Vergi	(7,4)	(7,6)	0,2	(2,5)
Dönem Net Karı	39,5	40,1	(0,5)	(1,3)
FAVÖK	40,2	42,2	(2,1)	(4,9)
Toplam Varlıklar	353,8	342,5	11,3	3,3
Özsermaye	281,2	270,4	10,8	4,0



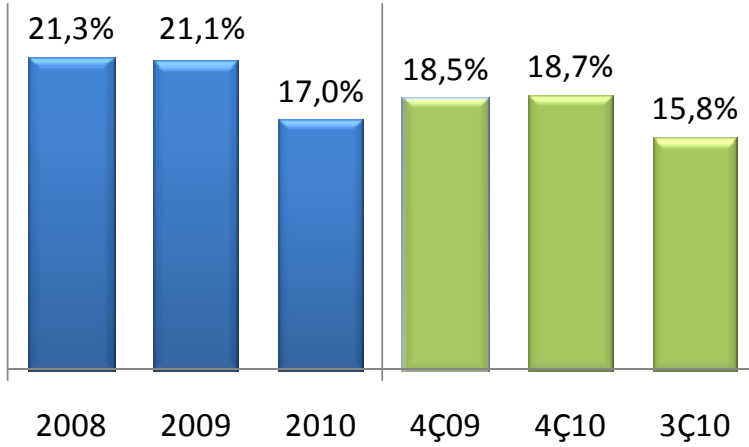
Yaşar

daha iyi bir yaşam için

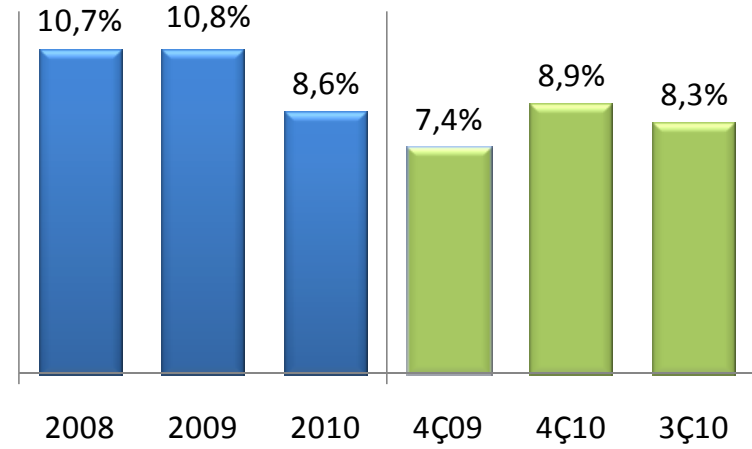
Kar Marjları



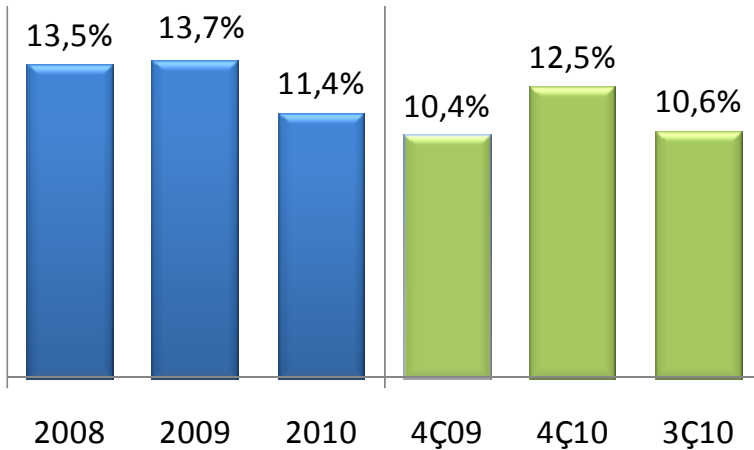
Brüt Kar Marjları (%)



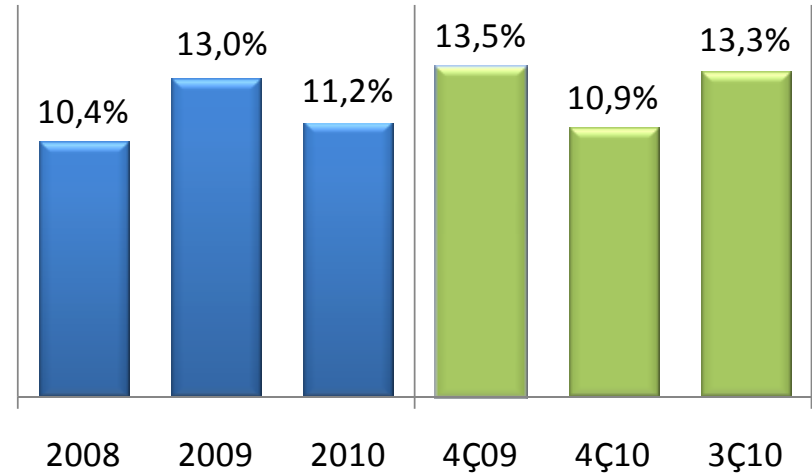
Faaliyet Kar Marjları* (%)



FAVÖK Marjları** (%)



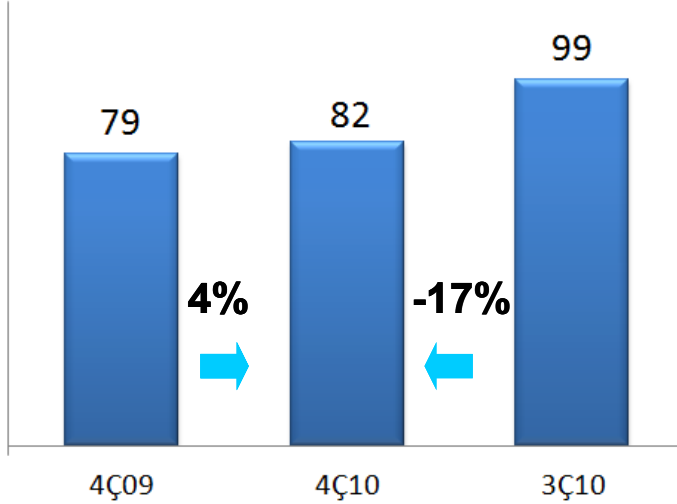
Net Kar Marjları (%)



Çeyrek Dönem Sonuçları



Net Satışlar (Mn TL)

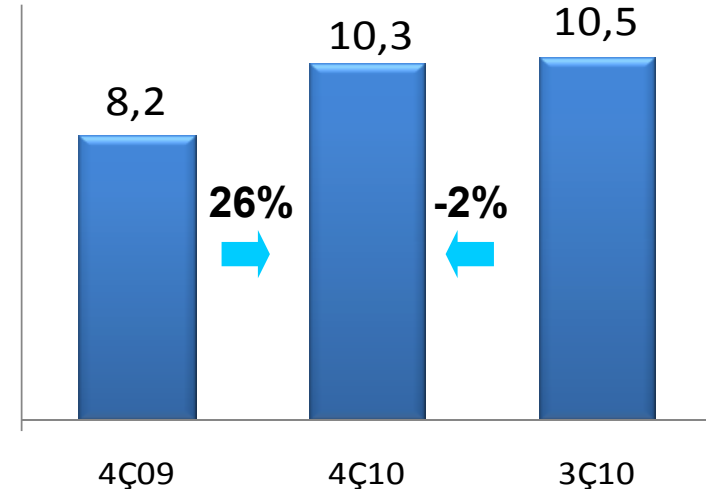


► Yılın son çeyreğinde, hükümetin canlı hayvan ve karkas et ithalatına yönelik yaptığı düzenlemeler ve bu kapsamda hammadde maliyetlerinde meydana gelen düşüş sonucunda, geçen yılın aynı çeyreğine göre FAVÖK tutarımız %26 artmıştır.

► 2009 yılının ikinci yarısında başlayan kırmızı et fiyatlarındaki yüksek artışlara karşılık, 2010 yılında tüketicinin alım gücü dikkate alınarak artan maliyetler belirli oranda ürün fiyatlarına yansıtılmıştır.

► Şarküteri pazarındaki daralmanın da etkisiyle bir önceki çeyreğe göre yılın son çeyreğinde satışlarda düşüş yaşanmıştır.

FAVÖK* (Mn TL)

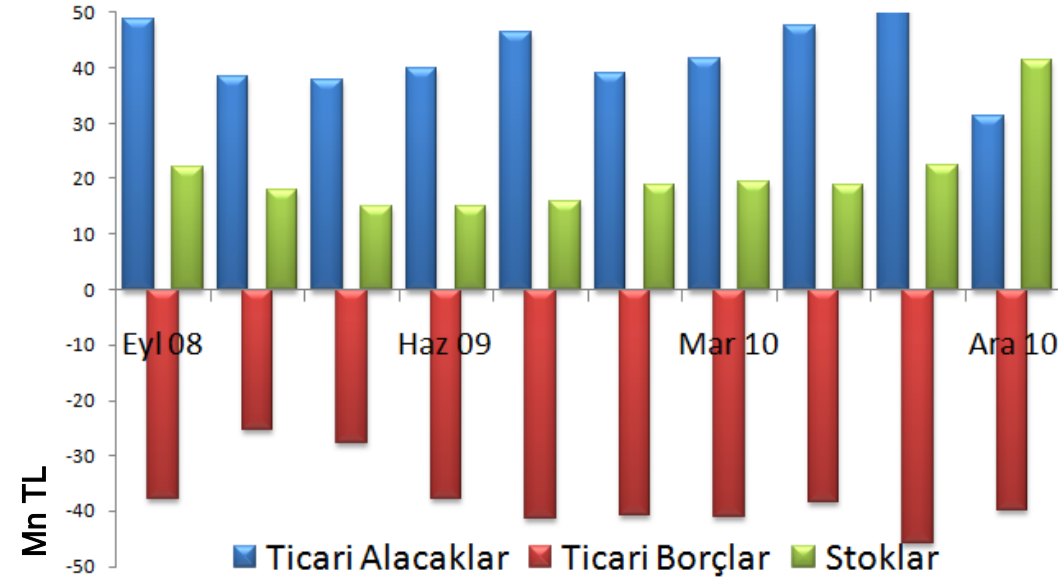


Temel Rasyolar, Net Finansal Borç & Net İşletme Sermayesi



	31 Aralık 2010	31 Aralık 2009
Cari Oran	2,22	2,04
Kaldıraç Oranı	0,21	0,21
KD Finansal Borç / Toplam Fin. Borç	0,06	0,05
Net Finansal Borç / EBITDA	0,23	0,22
Toplam Finansal Borç / Sermaye	0,04	0,04

(Milyon TL)	31 Aralık 2010	31 Aralık 2009
Nakit ve Nakit Benzeri Varlıklar	1,8	2,3
Kısa Vadeli Krediler	0,6	0,6
Uzun Vadeli Krediler	10,2	10,8
Net Finansal Borçlar	9,1	9,1



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

- ▶ Kırmızı et arzında 2009'un ikinci yarısında başlayan ve 2010 yılında da devam eden düşüşe bağlı olarak kırmızı et fiyatlarında olağanüstü artışlar gerçekleşmiştir.
- ▶ Tüketicinin alım gücünün aynı oranda artmaması nedeniyle hammadde fiyat artışlarından kaynaklanan maliyetin bir kısmı ürün fiyatlarına yansıtılabilmektedir.
- ▶ Katma değeri yüksek ürünlere odaklanılmıştır.
- ▶ Tüketicinin alım gücüne uygun daha küçük ambalajlı ürünler üretilmiştir.
- ▶ Masraf tasarrufları ile maliyet düşürücü tedbirler alınmıştır.
- ▶ Üretimde verimliliği artırmaya yönelik projeler sürdürülmüştür.
- ▶ Markamızın gücü, üretim tecrübemiz ve etkin dağıtım ağımızın etkisiyle 2010 yılında hammadde fiyat artışlarından minimum düzeyde etkilenilmiş ve mutlak tutar olarak 2009 yılına benzer karlılıklar elde edilmiştir.

- ▶ Etkin fiyat yönetimi
- ▶ Farklı segmentlerdeki tüketicilere hitap eden ürün portföyü
- ▶ Yaygın dağıtım ile
- ▶ Pazarlama yatırımlarımıza devam ederek

bulduğumuz segmentlerde pazarın üzerinde büyüme sağlamak ve liderliğimizi sürdürmek

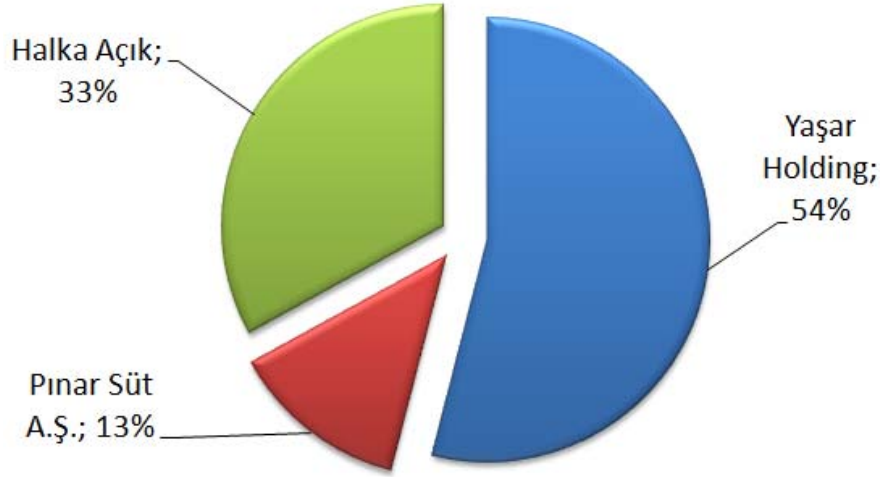
2011 YILI HEDEFLERİ

Net Satışlarda büyüme: %13 - %15

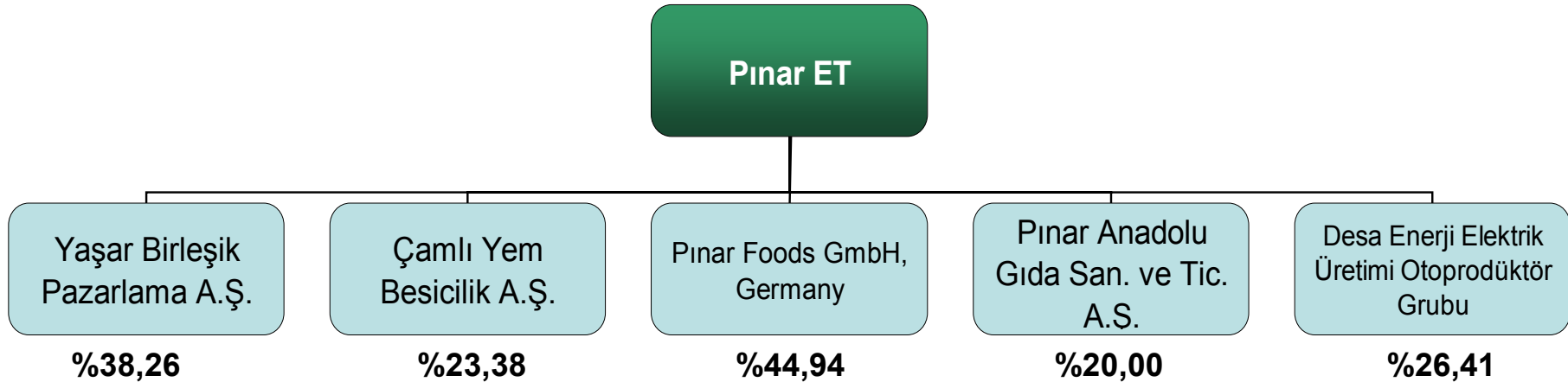
FAVÖK Marjı: %11 - %12

Yatırım: 15 - 20 Mn TL

Ortaklık ve İştiraklik Yapısı



Pınar Et Hisselinin Mutlak ve Göreceli Performansı
(İMKB 100 ile Kıyaslı)



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 Entegre Et ve Un 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@pinaret.com.tr

*illa ki
Pınar
Sucuk!*

TEŞEKKÜRLER



*illa ki
Pınar
Sucuk!*

EKLER



Tarihçe



1985...

Türkiye'nin ilk özel entegre modern et tesisi Pınar Et kuruldu. Hijyenik ortamda yapılan kesimlerden elde edilen etler ve el değmeden paketlenen sucuk, salam, sosis gibi şarküteri ürünleri tüketiciler tarafından beğeni ile karşılandı.

1988

Pınar Et tarafından üretilen karkas et çeşitlerinin satışı amacıyla Birmaş Market'ler kuruldu.

1998

Yaşar Topluluğu, Türkiye'nin ilk tam entegre Hindi tesislerini kurarak Türkiye'yi yeni bir gıda olarak beyaz hindi ile tanıştırdı.

2001

Pınar Et, klasik Türk dönerlerini endüstriyel halde aynı lezzette üreterek Türkiye genelinde satışa sundu.

2004

Pınar Et TS ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi belgesini aldı.

2010

- Tüketicilerimiz için pratik, tek seferde tüketilebilen 'Aç-Bitir' ürün grubu salam, sosis, sucuk oluşturuldu
- Pınar Pizza ailesine 'Pizzatto Italiano' eklendi
- Farklı büyüklüğü ve lezzetiyle 'Gurme Burger' donuk ürün ailesine eklendi

1985

'88

'90

'95

'00

'02

'04

'06

'08

'09

1987

Türkiye'nin ilk hamburger köftesi Pınar Et tarafından üretildi. Pınar Et Türkiye'yi dondurulmuş hazır ürünlerle tanıştırdı.

1994

Pınar Et TS ISO 9002 Kalite Sistem Belgesi'ni alan ilk et kuruluğu oldu.

2001

Pınar Et, dondurulmuş deniz ürünleri üretimini gerçekleştirdi.

2000

Pınar Et tarafından dilimli şarküteri ürünleri, sektörde ilk kez kurulan 'Clean Room' ünitesi ile el değmeden ultra hijyenik koşullarda üretildi.

2003

Pınar Et, TS ISO 9001-2000 belgesine geçiş yaptı.

2004

Türkiye'nin köfteleri konseptiyle dokuz çeşit köfte Türk tüketicisi ile buluştu.

2008

Pınar Et, Türk Gıda Sektöründe bir ilk olarak Yalın 6 Sigma çalışmaları başladı.

2009

- Yeni ürünler
- Pınar Misket Köfte
 - Pınar Pizzatto Alaturka
 - McDonald's için 500 milyonuncu hamburger köftesini üretti.

- ▶ Satın alma faaliyetleri **6 bölgeye** yayılmış durumda; **10 veteriner, ziraat mühendisleri, 1.000 çiftçi**, yıllık **50.000'in üzerinde büyükbaş hayvan** tedariği
- ▶ Veterinerlerin kontrolü altında en iyi kalitede büyükbaş hayvan tedariği için **“Sözleşmeli Besicilik”** geliştirilmekte ve desteklenmekte
- ▶ Kırmızı et ağırlıklı olarak Türkiye’deki büyükbaş hayvan çiftçilerinden sağlanmakta
- ▶ Canlı hindi alımlarının tamamı ve büyükbaş hayvan alımlarının bir kısmı Topluluğun tarımsal üretim şirketi olan Çamlı Yem Besicilik’ten sağlanmakta
- ▶ Yaşar Gıda Grubu, gıda güvenliği ve izlenebilirliği politikalarını benimsemeye devam ederek et endüstrisindeki rekabet avantajını sürdürmeyi ve bir adım daha ileriye taşımayı amaçlamakta



- ▶ Türkiye'nin **ilk** özel girişim entegre et işleme tesisi,
- ▶ Sürekli yatırımlar sayesinde modern ve verimli üretim teknolojisi,
- ▶ Modern teknolojilerin kullanıldığı üretim hatları,



İzmir- (16 üretim hattı)

Toplam alan : 330,000 m²

Kapalı alan : 46.000 m²



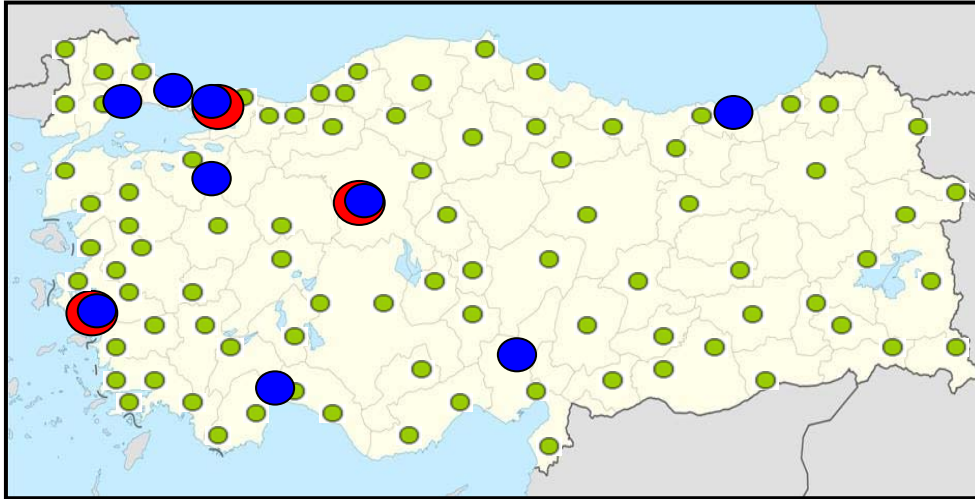
- ▶ Sektöründe sahip olunan ilk kalite-yönetim sistem belgeleri, TSE-ISO-EN 9000, 14000, 18001, 22000
- ▶ Türkiye'de ilk günden beri McDonald's ile işbirliği,
- ▶ Her yıl bağımsız kuruluş SAI GLOBAL denetimleri,

Her aşamada üst düzey hijyen ve kalite

Satış & Dağıtım



- ▶ Gıda ve içecek ürünlerinin dağıtımı dondurulmuş ürünler için -18°C araçlarda, taze ürünler için +4°C araçlarda ve geri kalan ürünler için de klasik araçlarda gerçekleştirilmektedir.
- ▶ Soğuk ve donuk dağıtım zinciri ve saklama koşulları ile **soğuk zincir uygulamalarında teknik bilgi ve güçlü deneyim** Grup için önemli bir avantajdır.
- ▶ Türkiye genelinde stratejik olarak yerleştirilmiş, en son teknolojiye ve esnek organizasyon yapısına sahip dağıtım ağı; özel satış personelleriyle birlikte **155.000'in** üzerinde **satış noktası**
- ▶ Grup satışları Türkiye genelinde homojen bölgesel dağılımı yansıtır.



● Direktörlük HQ ● Bölge Müdürlükleri ● Bayiler

YBP SERMAYE YAPISI

