

PINAR ENTEGRE ET VE UN SAN. A.Ş.

2016-1Y Finansal Sunumu



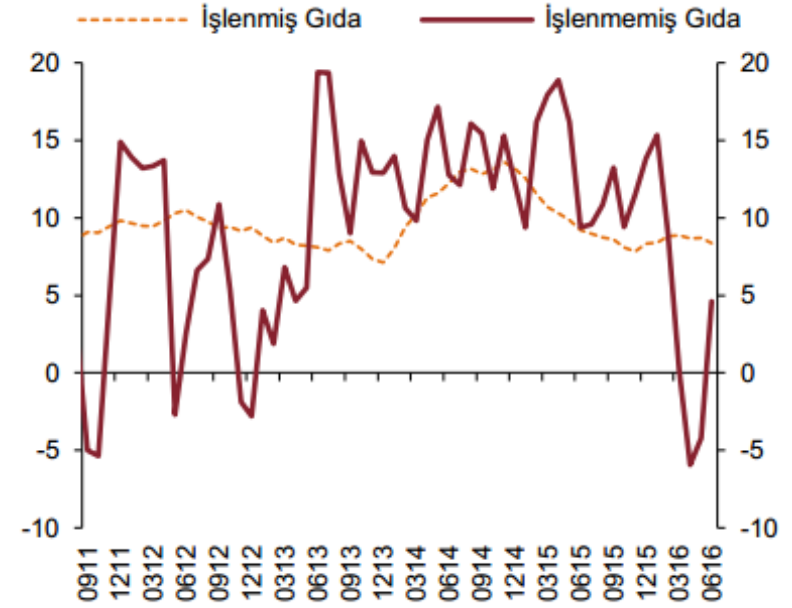
- İşlenmiş et ürünleri pazarı 2016 yılının ilk altı aylık döneminde geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre ciro bazında %0,3 büyürken, tonaj bazında %6,2 daralma göstermiştir. (Nielsen)
- 2016 yılının ilk yarısında, işlenmiş et ürünleri pazarının* miktar olarak %31'i salam, %17'si sosis ve %45'i ise sucuk ürünlerinden oluşmuştur. (Nielsen)
- Et ve Süt Kurumu'nun yurt içi arzı desteklemesi ile ilk çeyrekte ılımlı bir seyir izleyen kırmızı et fiyatları, yılın ikinci çeyreğinde %2,48 oranında artmıştır. (TCMB)
- 2016 yılı ilk altı aylık dönemde net satışlarımız 310,8 milyon TL olarak gerçekleşirken, Şirketimiz 33,3 milyon TL FAVÖK ve 30,5 milyon TL net kâr elde etmiştir.

2016-1Y | Pazar Dinamikleri

Et Fiyatları

- Kırmızı et fiyatları 2013-2015 yılları arasında kaydettiği yükselişin ardından, 2016 yılının ilk çeyreğinde yatay bir seyir izlemiş, ikinci çeyrekte ise %2,48 oranında artış kaydetmiştir. (TCMB)

Gıda Fiyatları (Yıllık Yüzde Değişim)



Kaynak: TÜİK, TCMB.

- 2016 yılının ilk çeyreğinde işlenmemiş gıda enflasyonunda görülen keskin düşüşün ardından ikinci çeyrekte işlenmemiş gıda enflasyonu artarken, işlenmiş gıda enflasyonu nispeten azalış kaydetmiştir.

Türkiye'de Et Üretim ve 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

Ambalajlı Şarküteri

	Tonaj Payı	Penetrasyon
2013	49,0%	78,0
2014	54,2%	79,9
2015	59,4%	83,8

Kaynak: IPSOS

2016-1Y | Pazar

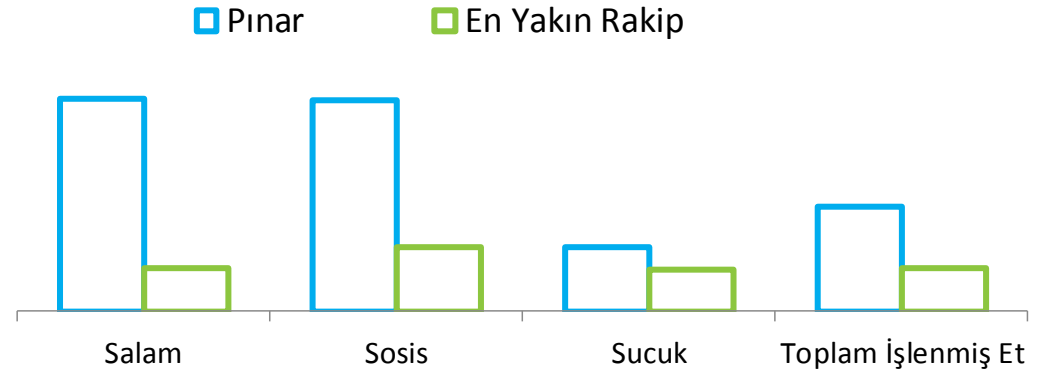
Ürünler	Pazar Payı	Pozisyon
Salam	42,6%	#1
Sosis	42,2%	#1
Sucuk	13,0%	#1
Toplam İşlenmiş Et	21,1%	#1

Kaynak: Nielsen, 2016 1Y, Ciro Payı

(BİM&A101 hariç)

- Toplam işlenmiş et pazarında, 2016 yılı ilk yarı yılda geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre ciro bazında 0,3% düzeyinde büyüme görülmüştür. Tonaj bazında ise %6,2 daralma olmuştur.
(2016 1Y, BİM&A101 hariç, Nielsen)

- Şirketimiz toplam işlenmiş et pazarındaki 21,1% düzeyindeki pazar payı en yakın rakibinin 2 katından fazladır.



Kaynak: Nielsen, 2016 1Y, Ciro Payı (BİM&A101 hariç)

Yeni Ürün ve Ambalajlar



- Şarküteri ve donuk ürünlerde yeni ürün lansmanları devam etti.

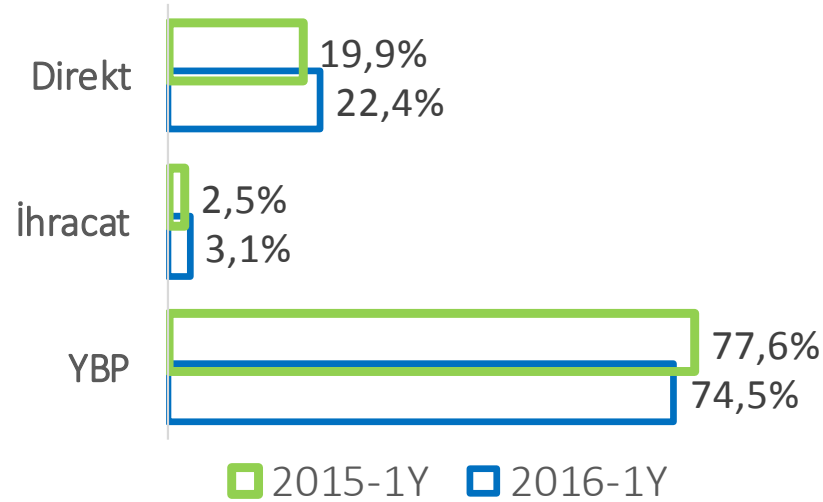
2016-1Y | Gelir Tablosu

(Milyon TL)	30.06.2016	30.06.2015	Fark	% Değişim
Net Satışlar	310,8	284,3	26,4	9,3
Satılan Malın Maliyeti	(256,0)	(235,2)	(20,8)	8,8
Brüt Kar	54,8	49,1	5,7	11,5
Ar&Ge Giderleri	(0,9)	(0,9)	(0,0)	2,0
Satış, Dağıtım ve Pazarlama Giderleri	(17,7)	(17,4)	(0,3)	1,7
Genel Yönetim Giderleri	(11,4)	(9,9)	(1,4)	14,5
Faaliyet Karı	24,8	20,9	3,9	18,7
Özkaynak Yöntemiyle Değerlenen Yatırımların Kârlarındaki Paylar	8,8	8,9	(0,1)	(1,1)
Diğer Giderler (Net)	1,1	0,1	1,0	2.036,5
Finansal Giderler (Net)	0,8	1,1	(0,3)	(24,1)
Vergi Öncesi Kar	35,6	31,0	4,6	14,7
Vergi	(5,1)	(3,5)	(1,6)	44,6
Dönem Net Karı	30,5	27,5	3,0	10,9
FAVÖK	33,3	28,4	4,9	17,4
Toplam Varlıklar	541,9	476,1	65,8	13,8
Özsermaye	389,7	345,0	44,7	13,0

2016-1Y | Satışların Kırılımı

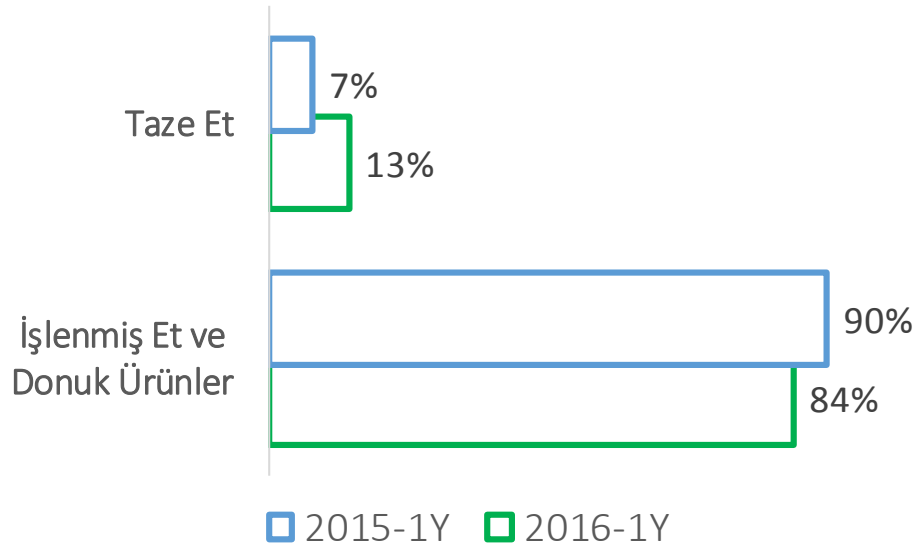
Satış Kanalları

Net Satışlar



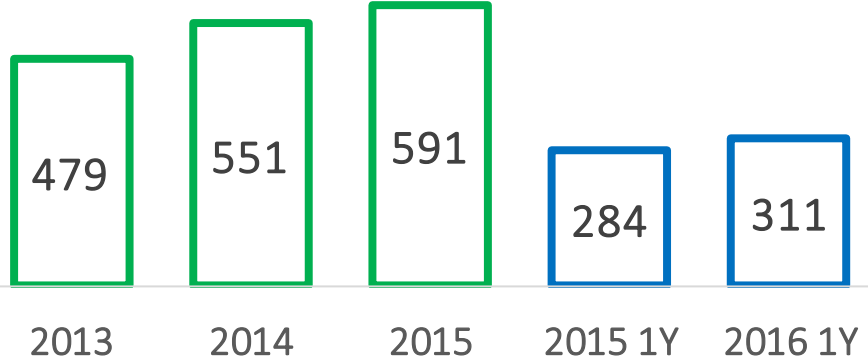
Ürün Portföyü

Net Satışlar

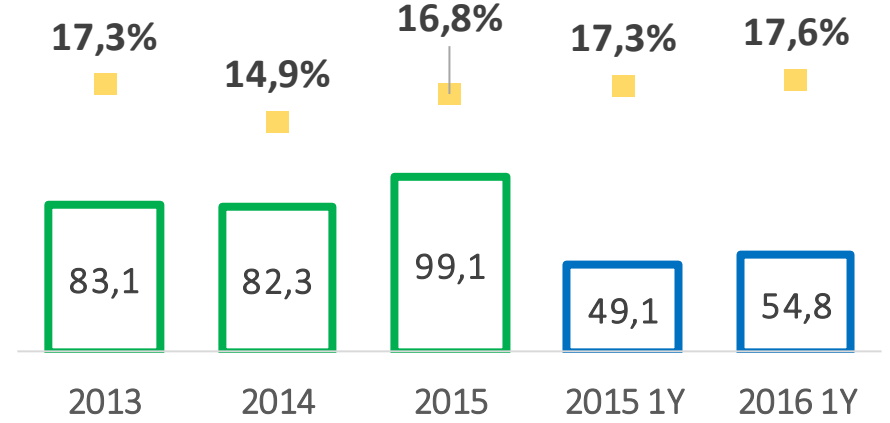


2016-1Y | Satış ve Kârlılık

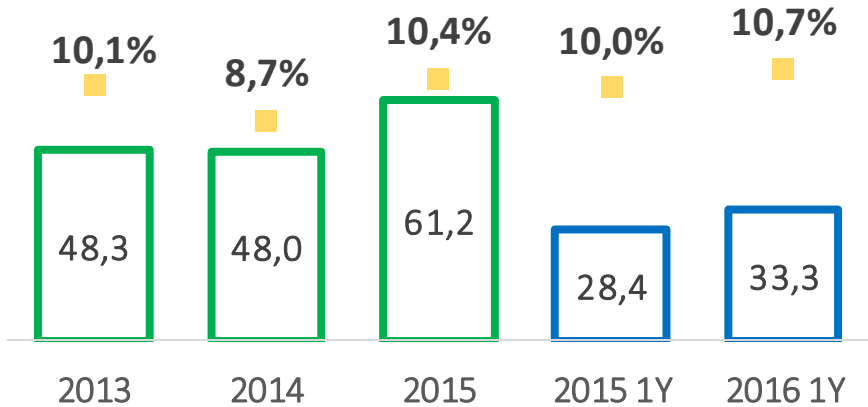
Net Satışlar (m TL)



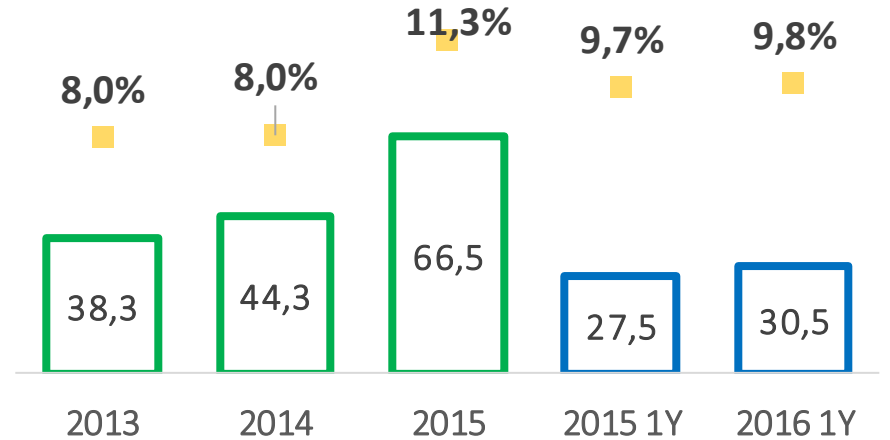
Brüt Kâr (m TL)



FAVÖK* (m TL)



Net Kâr (m TL)

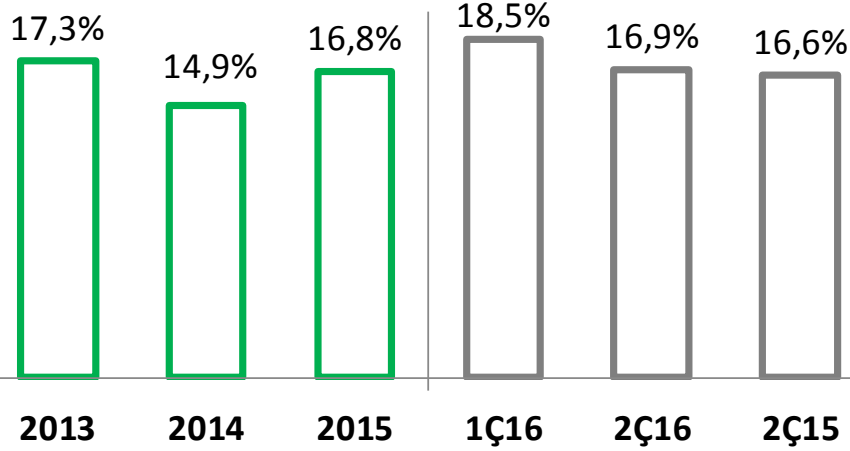


■ Kâr marjı

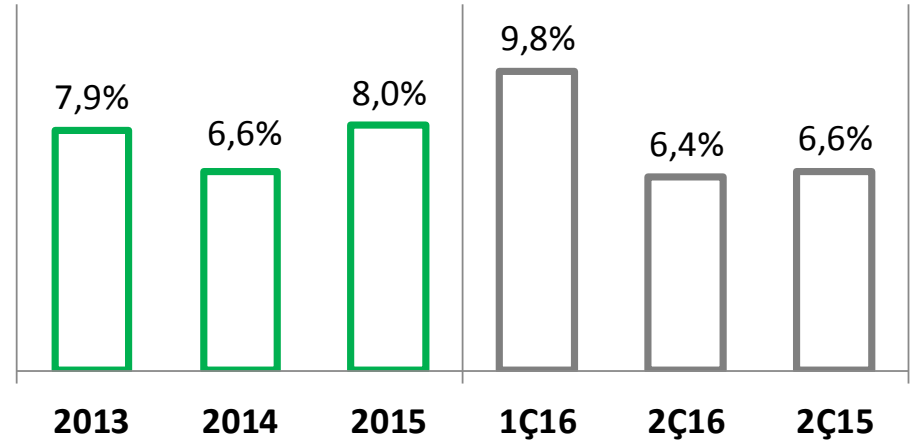
* Faiz, vergi, amortisman ve kıdem tazminatı öncesi kar (diğer gelir/gider hariç)

2016-1Y | Kâr Marjları

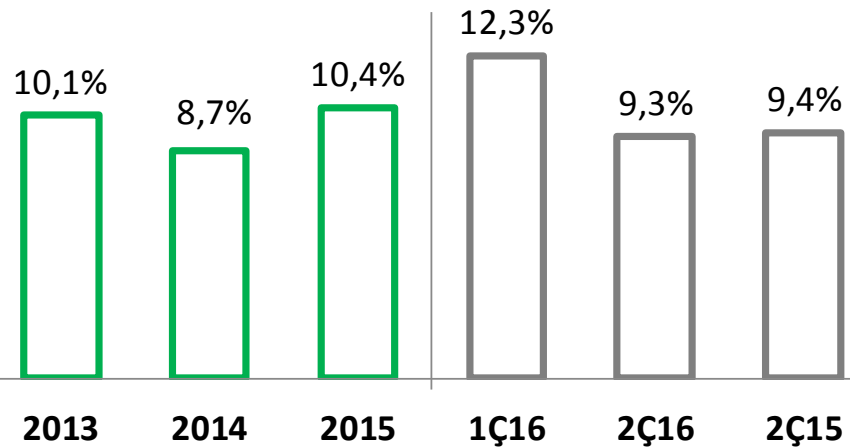
Brüt Kâr



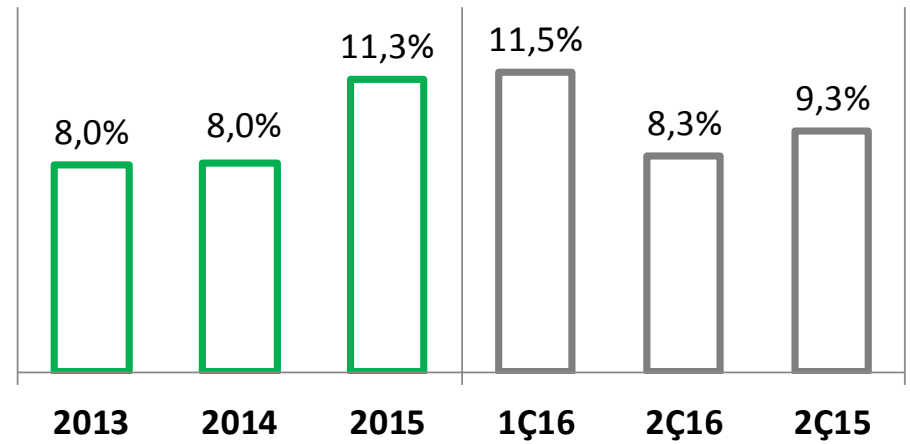
Faaliyet Kârı



FAVÖK*



Net Kâr



Bilanço Oranları

	2012/12	2013/12	2014/12	2015/12	2016/06
Cari Oran	1,86	1,70	1,47	1,65	1,36
Kaldıraç Oranı	0,23	0,25	0,23	0,22	0,28
K.V. Borç/Topl. Borç	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Net Borç/FAVÖK	0,29 -	0,28 -	0,02	0,02	0,08
Net Borç/Özkaynak	0,04 -	0,04 -	0,00	0,00	0,01
Özsermaye Kârlılığı (ROE)	10,43%	11,79%	13,07%	17,72%	18,92%

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

Yatırımlar

	2013	2014	2015	2015/06	2016/06
Yatırım Harcamaları	23,4 m TL	20,5 m TL	14,7 m TL	6,6 m TL	3,9 m TL

2016 yılı ilk altı ayında toplam 3,9 milyon TL yatırım harcaması gerçekleştirilmiştir.

Strateji ve Hedefler

- Etkin stok yönetimi
- Farklı segmentlerdeki ihtiyaçlara hitap eden ürün portföyü
- Ev dışı tüketim kanalını geliştirmek
- Stratejik öncelikli segmentlerde pazarın üzerinde büyüme sağlamak

Ortaklık ve İştirak Yapısı - Denetçiler

Ortaklık Yapısı

Yaşar Holding A.Ş.	54%
Pınar Süt	13%
Halka Açık	33%

İştirakler

	İştirak Oranı %
Yasar Birleşik Pazarlama A.Ş.	42,8
Bintur Catering A.Ş.	1,3
Desa Enerji A.Ş.	26,4
Çamlı Yem A.Ş.	23,4
Yaşar Dış Ticaret A.Ş.	1,8
Pınar Foods GmbH	44,9

Denetçi Kuruluşlarımız

Mali İşler

Price Waterhouse Coopers
Ernst&Young

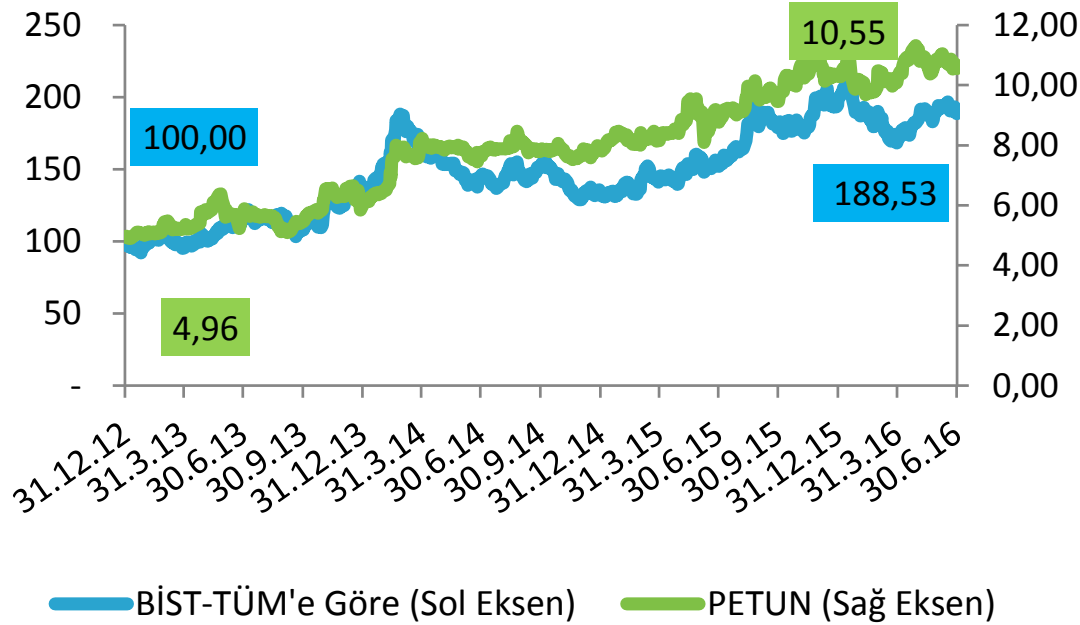
Üretim

TSE
SAI Global
Intertek
Tübitak
Kalite Sistem Grubu

Kurumsal Yönetim

Saha Rating

Hisse Performansı



(TL)

Kurumsal Yönetim Derecelendirme Notu: 9,20

Borsa İstanbul Sembolü: PETUN

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 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 Bölümü

Tel: 90 232 495 00 00

Faks: 90 232 484 17 89

yatirimciiliskileri@pinaret.com.tr

TEŐEKKÜRLER

