

**TÜRK TUBORG BİRA VE MALT
SANAYİİ A.Ş.**

**YÖNETİM KURULU
FAALİYET RAPORU**

*BOARD OF DIRECTORS'
ANNUAL REPORT*

**İÇİNDEKİLER
CONTENTS**

GENEL YÖNETİM BİLGİLERİ
GENERAL INFORMATION ON MANAGEMENT

GİRİŞ I INTRODUCTION

RAPORUN DÖNEMİ A PERIOD COVERED BY REPORT

01.01.2011-30.09.2011

01.01.2011-30.09.2011

ORTAKLIĞIN ÜNVANI B NAME OF ORGANIZATION

TÜRK TUBORG BİRA VE MALT SANAYİİ A.Ş.

TÜRK TUBORG BREWING AND MALTING INC.

YÖNETİM KURULU C BOARD OF DIRECTORS

Adı Soyadı / Name	Ünvanı / Title	Görev Süresi / Period to serve
Roni Kobrovsky	Yönetim Kurulu Başkanı <i>Chairman of the Board</i>	26.05.2009 - 26.05.2012
Joav Asher Nachshon	Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı <i>Deputy Chairman of the Board</i>	26.05.2009 - 26.05.2012
Shlomo Graziani	Üye <i>Board Member</i>	26.05.2009 - 26.05.2012
Benjamin Haim Rotenberg	Üye <i>Board Member</i>	26.05.2009 - 26.05.2012

Yönetim Kurulu Üyelerinin görev ve yetkileri Esas Mukavele'nin 10 ve 11. maddelerinde belirtilmiştir.

The roles and responsibilities of the Board Members are defined in articles 10 and 11 of the Articles of Association.

DENETÇİLER D AUDITORS

Adı Soyadı / Name	Ünvanı / Title	Görev Süresi / Period to serve
Haydar Gökçek	Denetçi <i>Auditor</i>	06.05.2011 - 06.05.2012
Mustafa Ersun Bayraktaroğlu	Denetçi <i>Auditor</i>	06.05.2011 - 06.05.2012

Denetçilerin görev ve yetkileri Esas Mukavele'nin 14. Maddesinde açıklanmıştır.

The roles and responsibilities of the Auditors are defined in Article 14 of the Articles of Association.

SERMAYE İLE İLGİLİ BİLGİLER E INFORMATION ON CAPITAL

Kayıtlı Sermaye : 400.000.000 TL

Registered Capital : TRY 400.000.000

Çıkarılmış Sermaye: 99.971.560 TL

Issued Capital : TRY 99.971.560

Ortak Sayısı: Yaklaşık 2000 kişidir.

Number of shareholders: Approximately 2000 people.

Hisse Senedi Piyasa Fiyatı :

1 TL nominal değerdeki hisse senetlerinin piyasa fiyatları 5,05 – 1,71 TL arasında işlem görmüştür.

Market Price of Shares:

Shares with nominal values of TRY 1 have been traded at market price of TRY 5,05 – 1,71.

Temettü Dağıtımı

Dividend Distribution

Yıllar / Years

Hisse Başına / Per Share

2008

-

2009

-

2010

-

Ortaklık Sermayesi

Share Capital

İsim
Name

Sermaye Payı (TL)
Share in Capital (TRY)

Sermayedeki Oran (%)
Participation Rate (%)

International Beer Breweries Ltd. (“IBBL”)

95.659.374

95,69

Diğer/Others

4.312.186

4,31

99.971.560

100,00

Bağlı Ortaklık

Subsidiary

Bimpaş Bira ve Meşrubat Pazarlama A.Ş. (“Bimpaş”)

Bimpaş Beer and Soft Beverages Marketing Inc.

Bağlı Ortaklığın Sermayesi
Share Capital of Subsidiary

: 128.809.200 TL
: TRY 128.809.200

Bağlı Ortaklığın Faaliyet Konusu
Nature of Operations of Subsidiary

: Bira ve meşrubat satış, pazarlama ve dağıtımı
: *Sales, marketing and distribution of beer and soft drinks*

Bağlı Ortaklığın Tutarı
Amount of Investment to Subsidiary

: 128.719.162,15 TL
: TRY 128.719.162,15

Bağlı Ortaklığın Oranı
Participation Rate to Subsidiary

: %99,93
: 99,93%

Bağlı Ortaklıktan Alınan Kar Payı:
Dividend received from Subsidiary

Yıllar <i>Years</i>	Alınan Kar Payı (TL) <i>Dividend Received (TRY)</i>
2008	0
2009	0
2010	0

İştirakler	Investments	
Desa Enerji Elektrik Üretimi Otoprodüktör Grubu A.Ş.	<i>Desa Energy Electricity Production Autoproducer Group Inc.</i>	
İştirakin Sermayesi <i>Share Capital of Investment</i>	: 33.200.000 TL : TRY33.200.000	
İştirakin Faaliyet Konusu <i>Nature of Operations of Investment</i>	: Elektrik enerji üretimi : <i>Electricity generation</i>	
İştirakin Tutarı <i>Amount of Investment</i>	: 1.344.000 TL : TRY 1.344.000	
İştirakin Oranı <i>Participation Rate to Investment</i>	: %4,048 : 4,048%	
İştiraktan Alınan Kar Payı: <i>Dividend received from Investment</i>	Yıllar Years	Alınan Kar Payı (TL) <i>Dividend Received (TRY)</i>
	2008	0
	2009	0
	2010	0
Bintur Turizm ve Catering Hizmetleri Ticaret A.Ş.	<i>Bintur Tourism and Catering Services Trading, Inc.</i>	
İştirakin Sermayesi <i>Share Capital of Investment</i>	: 240.000 TL : TRY 240.000	
İştirakin Faaliyet Konusu <i>Nature of Operations of Investment</i>	: Turizm, catering hizmetleri. : <i>Tourism and catering services.</i>	
İştirakin Tutarı <i>Amount of Investment</i>	: 3.200 TL : TRY 3.200	
İştirakin Oranı <i>Participation Rate to Investment</i>	: %1,33 : 1,33%	
İştiraktan Alınan Kar Payı: <i>Dividend received from Investment</i>	Yıllar Years	Alınan Kar Payı (TL) <i>Dividend Received (TRY)</i>
	2008	8.870
	2009	1.625
	2010	0

ORTAKLIĞIN FAALİYET GÖSTERDİĞİ SEKTÖR VE BU SEKTÖR İÇİNDEKİ YERİ

1969 yılında Danimarka kökenli Tuborg Breweries Ltd. Ortaklığı ile kurulan Türk Tuborg, Türkiye'nin ilk özel birasının üreticisi olmasının yanı sıra, 40 yılı aşan tarihinde daima bira pazarına yenilikleri getiren öncü bir firma olmuştur.

Şirket'in toplam ihraç edilmiş sermayesinin %95,69'unu temsil eden 9.565.937.431,8 adet hisse ile Bimpaş'ın toplam sermayesinin %0,067'sini temsil eden 1.741.495 adet hisse Carlsberg Breweries A/S tarafından International Beer Breweries Ltd'ye 23 Ekim 2008 tarihi itibarıyla devredilmiştir.

F INDUSTRIAL SEGMENT AND RELATIVE POSITION

Incorporated with the partnership of Tuborg Breweries Ltd. of Denmark in 1969, Turk Tuborg has always been a leading firm which brings innovations into the brewing market during its more than 40-year history as well as being the very first private beer producer in Turkey.

9,565,937,431.8 units of shares representing 95.69% of the total issued share capital of the Company, and 1,741,495 units of shares corresponding to 0.067% of the total share capital of Bimpaş, were transferred by Carlsberg Breweries A/S to International Beer Breweries Ltd as of 23 October 2008.

Türk Tuborg tarafından üretilen ürünlerin satışı Bimpaş Bira ve Meşrubat Pazarlama A.Ş. tarafından tüm Türkiye’de merkez satış teşkilatımız veya bayilerimiz aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. 2011 yılında Türk Tuborg portföyünde; süper premium bira segmentinde Corona, Leffe Brune, Leffe Blonde, Hoegaarden White ve Guinness, premium bira segmentinde Carlsberg, standart segmentte Tuborg Gold, Tuborg Fıçı ve Tuborg Special, ekonomik bira segmentinde ise Skol ve Venüs markaları yer almaktadır.

Avrupa’daki benzerlerine göre oldukça yüksek oranlarda seyreden ÖTV’deki son artış 13 Ekim 2011 tarihinde gerçekleştirilmiş ve %5 alkol seviyesinde 1 hektolitreye biranın ÖTV’si 265 TL’ye yükselmiştir.

2010 yılı Mart ayı içerisinde Rekabet Kurulu’nun 10-24/331-119 sayılı kararı ile Şirket’in yurtiçi pazarlamadaki satış ve dağıtımını yapan bağlı ortaklığı konumundaki Bimpaş Bira ve Meşrubat Pazarlama A.Ş. ile bayileri ve distribütörlerinin nihai satış noktalarıyla akdedecekleri tip sözleşmelerdeki 5 yılı aşmayan tek marka sınırlamalarına 4054 sayılı Kanun’un 5. maddesi çerçevesinde bireysel muafiyet tanınmasına karar verilmiştir.

Products produced by Turk Tuborg are sold through direct sales organization and dealers all over Turkey by Bimpas Bira ve Mesrubat Pazarlama A.S.. Corona is positioned at the super premium beer segment, Carlsberg, Leffe Brune, Leffe Blonde, Hoegaarden White and Guinness brands are positioned at the premium beer segment, Tuborg Gold, Tuborg Fıçı and Tuborg Special brands are positioned at the standard segment and Skol and Venus brands are positioned at the economical beer segment.

The last increase in the excise duty which are at rather higher percentages compared to its equals in Europe was made on 28.10.2010 and excise duty of one hectolitre of beer with 5% ABV has risen up to TRY 220.

In accordance with the decision of Turkish Competition Board no. 10-24/331-119 made in March 2010, individual exemption has been granted to Bimpas Bira ve Mesrubat Pazarlama A.S., which is the subsidiary of the Company engaging in the sales and distribution in the domestic market, and its dealers regarding the sales agreements with final points of sale for a period of 5 years pursuant to the Article 5 of the Act no. 4054.

FAALİYETLER II OPERATIONS

YATIRIMLAR A CAPITAL INVESTMENTS

2011 yılında devam eden yatırımlardan başlıcaları aşağıdaki gibidir:

- Maya Kurutma Makinası
- Yeni Maya Alma Hattı Tesisi
- Bira Kazanım Tesisi
- Sığınak İnşaatı
- Bira Üretim Tesisi Zemin ve Duvar Kaplama
- Altyapı Hatlarının Yenilenmesi
- Kutu Hattı Çatı Yenileme

Main investment projects continued in 2011 are as follows:

- *Yeast Drying*
- *New Cropping Line*
- *Beer Recovery Plant Installation*
- *Construction of Shelter*
- *Ground and walls.tiling for Brewhouse*
- *Improvement of Infrastructure*
- *Roof replacement of the Can Line*

30.09.2011 kapasite kullanım oranları % *Ratio of capacity usage at 30.09.2011*

Bira	71	<i>Beer</i>
Malt	77	<i>Malt</i>

Son iki yılda üretilen ürünlerin karşılaştırması

	30.09.2011
Bira (hl) / <i>Beer (hl)</i>	1.301.510
Malt (ton) / <i>Malt (tons)</i>	20.890

Comparison of last two years' production

30.09.2010	%
1.333.998	-2,44
18.851	10,82

MAL VE HİZMET ÜRETİMİNE İLİŞKİN FAALİYETLER

B

GOODS AND SERVICE PRODUCTION ACTIVITIES

Markalara ait faaliyetler ve yenilikler:

Tuborg

Tuborg Gold tanıtım ve tüketici iletişimi çalışmaları 2011 yılında devam etti. Yıl boyunca iki ayrı kampanya ile tüketici iletişimine devam edildi. Yılın ilk yarısında Mart ayında başlayıp Temmuz ayının ilk haftasında sona eren ‘ADAM GİBİ BİRA ETİKETİNDEN BELLİ OLUR’ iletişim kampanyası; Ramazan sonrasında, 30 Ağustos tarihinde başlayan ‘ADAM GİBİ BİRA NEDEN YAPILIR’ iletişim kampanyamız dahilinde gazete ve alışveriş merkezleri açık hava reklam alanlarını yoğun bir şekilde kullandı.

Ayrıca, Sosyal Medya’da, ADAM GİBİ ŞAKA adlı viral filmlerimiz 2 seri olarak yayınlandı.

Carlsberg

Carlsberg markamızın yeni dizaynli ambalajları Mayıs ayından itibaren dünyadaki diğer pazarlarla birlikte satış noktalarında yer almaya başladı. Ek olarak 50cl kutu ve 50cl geri dönüşümlü şişemiz yeni fiyatları ile tüketicilerimizin beğenisine sunuldu.

Carlsberg Extra Cold, buzlu fiçi başlıkları ve pop malzemeleri ile mayıs ayı ortasından itibaren 40 on trade noktamızda satışa sunulmaya başlanmıştır. Aynı zamanda Extra Cold ürünümüzün tanıtımı için İstanbul, Ankara ve Eskişehir’deki Extra Cold noktalarımızda haftasonları eventler düzenlenmiştir. Extra Cold noktalarımızda düzenlenen haftasonu eventleri haziran ayının son haftasına kadar devam etmiştir.

Skol

Mart ayı içinde, Skol yeni şişe ve etiket tasarımı ile raflarda yer almaya başladı.

Corona Cerveza

Dünyanın en prestijli bira markalarından olan ve sadece Meksika ‘da üretilip, 150’yi aşkın ülkeye sevk edilen “Corona Cerveza” Türk Tuborg aracılığıyla ithal edilerek, Şubat 2011 tarihi itibari prestijli satış noktaları aracılığıyla tüketicilerle buluşturuldu. Özellikle İstanbul, Ankara, İzmir ve Turizm bölgesinde hızlı bir penetrasyon sağlandı.

Corona nın Avrupa da 11 yıldır gerçekleşen, kazanan DJ e Avrupa ya açılma fırsatı sunan ve Avrupa nın Eurovision u niteliğindeki Uluslararası DJ yarışması “Movida Corona”, www.Movidacorona.com.tr internet sitesi ve mayıs ayında premium dergilerde yayınlanan ilanları ile Türkiye de duyuruldu.

Activities and innovations of brands:

Tuborg

Consumer communication activities continued in 2011 for Tuborg Gold. During the period, Tuborg Gold had two consecutive campaigns – ‘You can tell Adam gibi bira from the label’ between March and July; and ‘What is Adam Gibi Bira made off’ kicked off on August 30th – after Ramadan. Both campaigns had executions in newspapers and shopping mall outdoor.

Also, a viral campaign on Social Media, ‘JOKE AS JOKE SHOULD BE’ had two series.

Carlsberg

On parallel to the other markets around the world, Carlsberg range has been uplifted with new packaging designs in May.

Accordingly, the new price positioning of 50cl can and 50cl returnable bottle have been effective on the shelves.

Carlsberg Extra Cold is launched with new Extra Cold icy towers and pop kits at 40 outlets in the middle of May and also we have been organizing events for establishing Extra Cold’s features in İstanbul, Ankara, Eskişehir outlets at weekends. Carlsberg Extra Cold weekend events continued until last weak of June.

Skol

Skol has been relaunched with new bottle and label designs in March.

Corona Cerveza

Corona Cerveza, one of the most prestigious beer brands of the world which is only produced in Mexico and distributed to more than 150 countries, has been imported by Turk Tuborg and brought together with the consumer via prestigious outlets. Rapid penetrations obtained especially in İstanbul, Ankara, İzmir and the tourism sites.

Movida Corona, a DJ contest has being held for 11 years which is considered as the Eurovision of Europe offering the chance to expand winner DJ’S career to whole Europe, announced and publicized in Turkey via www.movidacorona.com.tr and premium magazines in May.

Yarışmanın ilk ayağı seçkin katılım kitlesi ile Haziran ayında 360 İstanbul da gerçekleşti. Temmuz ayında 2. ayak Antalya / Ceila Club, 3. ayak Çeşme/Makah Beach, 4. ayak Bodrum / Hadigari de gerçekleşti. Ve dört ayağın birincilerinin yarıştığı “Ulusal Final” Eylül ayında İstanbul 360 da ünlü yüzlerin de katılım ile gerçekleşti. Yarışmanın birinci Dj i, Kasım ayında İspanya da yapılacak Büyük Avrupa finalinde Türkiye yi temsil etmeye hak kazandı.

Aynı zamanda yazlık bölgelerde gerçekleşen plaj ve gece aktiviteleri , yaz sezonu boyunca yayınlanan dergi reklamları ile Corona ürünümüzün tanıtımı ve tüketici ile iletişimi sağlandı.

SATIŞ ÇALIŞMALARI C SALES

Yurt içi satışlar:

Konsolide yurtiçi net satışlar 2011 yılı 9 aylık dönemde %15 artarak 105.7 milyon TL'den 121.2 milyon TL'ye yükselmiştir.

Türk Tuborg'un ürettiği ürünlerin yurt içi satış ve pazarlaması Bimpaş tarafından gerçekleştirilmektedir. Bimpaş, başlıca Ege&İç ve Kuzey Anadolu, İzmir Merkez, Turizm, Marmara ve Güney Anadolu Bölge Müdürlükleri olmak üzere toplam 5 Bölge Müdürlüğü ile Türkiye'nin en iyi örgütlenmiş satış teşkilatlarından birisidir. Bimpaş, Türkiye geneline yayılmış 130 adet bayi / distribütörü ile T. Tuborg'un ürünlerini ülkemizin dört bir yanına başarıyla ulaştırmaktadır.

İhracat:

Konsolide yurtdışı net satışlar 2011 yılı 9 aylık döneminde %6 azalarak 36.5 milyon TL'den 34.4 milyon TL'ye düşmüştür.

2011 yılı 3.çeyreğin sonunda satış hacmi göz önüne alındığında Türk Tuborg ihracatında 2010 yılına göre %15'lik bir düşüş yaşanmıştır. 2010 yılından farklı olarak Türk Tuborg 2011 Ocak – Eylül döneminde Güney Amerika' daki pazar sayısını arttırarak ilk kez Bolivya ve Kolombiya' ya ihracat yapmıştır.

Türkiye toplam alkollü bira ihracat rakamlarına bakıldığında, ilk 9 ayda Türk Tuborg' un %46' lik bir payı olduğu görülecektir.

The first leg of the national contest held in 360 Club in June by the participation of an exclusive crowd in İstanbul. The second leg held in Antalya Ceila Club, 3rd leg

In Çeşme/ Makah Beach, 4th leg in Bodrum / Hadigari on July and national final held in 360 by the participation of an exclusive crowd and celebrities in İstanbul . The winner of the National Final Contest will represent Turkey at the Grand European Final in Madrid / Spain on November.

We have been organizing beach and night events and use magazine advertisement for Corona communication with consumers during the summer.

Domestic Sales:

Consolidated domestic net sales have increased from TRY 105.7 million to TRY 212.2 million by 15% in the 9-month period of 2011.

Bimpaş is engaged in selling and marketing of the products produced by Turk Tuborg. Bimpaş is one of the best-organized sales organization in Turkey with its 5 regional directorates all over Turkey, Eagean&Inner and North Eagean, Tourism, İzmir Central, Thrace, and South Anatolian. Bimpaş delivers successfully the Turk Tuborg products to all over Turkey through its 130 dealers/distributors.

Exports:

Consolidated export net sales have decreased from TRY 35.6 million to TRY 34.4 million by 6% in the 9-month period of 2011.

At the end of 3rd quarter in 2011, we had 15% decrease in Turk Tuborg exports sales in comparison to 2010. Apart from the export markets in 2010, Türk Tuborg has increased the amount of its markets in South America and exported to Bolivia and Colombia for the first time within the first 9 months of 2011.

In Turkey' s total alcoholic beer export, Turk Tuborg has a share of 46% within the first 9 months.

FİNANSAL YAPIDEN FINANCIAL STRUCTURE

Şirketimizin Sermaye Piyasası Kurulu mevzuatı doğrultusunda hazırlanan 30 Eylül 2011 tarihli özet konsolide bilanço ve gelir tabloları faaliyet raporu ile birlikte sunulmaktadır.

Şirketin finansal borçlarını optimum finansal maliyetler ile yönetmek konusundaki çalışmalarımız cari dönem boyunca devam etmektedir.

30.09.2011 ve 31.12.2010 tarihleri itibariyle konsolide banka borçları dökümü aşağıda gösterilmektedir:

The condensed consolidated balance sheet and income statements of our company at 30 September 2011 which have been issued in compliance with the Capital Market Board regulations are provided with this annual report.

Our efforts of managing the financial debts of the company have been continuing during the current period.

Consolidated bank loans as of 30.09.2011 and 31.12.2010 are detailed as follows:

	<u>30.09.2011</u> <u>(TL)</u>	<u>31.12.2010</u> <u>(TL)</u>
I- Kısa Vadeli Banka Kredileri <i>Short-Term Bank Loans</i>		
a) TL Kredileri / <i>TRY Loans</i>	44.771.395	16.501.871
b) USD Kredileri / <i>USD Loans</i>	0	0
c) EUR Kredileri / <i>EUR Loans</i>	0	0
	44.771.395	16.501.871
II- Uzun Vadeli Banka Kredileri <i>Long-Term Bank Loans</i>		
a) TL Kredileri / <i>TRY Loans</i>	0	0
b) USD Kredileri / <i>USD Loans</i>	0	0
c) EUR Kredileri / <i>EUR Loans</i>	0	0
	0	0
<i>Banka Kredileri Toplamı / Total Bank Loans</i>	44.771.395	16.501.871
<u>TEMEL RASYOLAR / BASIC RATIOS</u> <u>(Konsolide) / (Consolidated)</u>	<u>30.09.2011 (%)</u>	<u>31.12.2010 (%)</u>
Cari Oran / <i>Current Ratio</i>	0,92	0,99
Likidite Oranı / <i>Acid Test Ratio</i>	0,20	0,77
Karlılık Oranı / <i>Profitability Ratio</i>	-	0
Aktif Karlılığı / <i>Return on Assets</i>	-	0
Çalışma Sermayesi Devir Hızı / <i>Working Capital Turnover</i>	0,58	0,86
Mamul Stok Devir Hızı / <i>Product Inventory Turnover</i>	14,15	24,65
Borçlanma Rasyosu / <i>Debt Ratio</i>	0,60	0,49

İDARİ FAALİYETLER E ADMINISTRATIVE ACTIVITIES

2011 Yılı Türk Tuborg üst düzey yöneticileri	:	<i>Türk Tuborg executives for the year of 2011</i>
Damla BİROL	:	İcra Başkanı <i>Chief Executive Officer (CEO)</i>
Timur GÖKMERAL	:	Finans Başkan Yardımcısı (CFO) <i>Vice President – Finance (CFO)</i>
Murat AKGÜN	:	Tedarik Zinciri Başkan Yardımcısı <i>Vice President – Supply Chain</i>
Onur Fırat BAYKAL	:	Satış Başkan Yardımcısı <i>Vice President – Sales</i>
Nilüfer REİSOĞLU	:	Pazarlama Başkan Yardımcısı <i>Vice President – Marketing</i>
Ayşe KESKİNEL	:	İnsan Kaynakları Başkan Yardımcısı <i>Vice President – Human Resources</i>

Şirketimiz tüm yöneticileri görevlerinin icap ettirdiği yüksek tahsil ve iş tecrübesine sahiptirler.

All executives of our Company have high education and business experience as required by their positions.

Ocak – Eylül 2011 döneminde Türk Tuborg ve Bimpaş’da toplam 553 kişi ortalama personel istihdam edilmiştir.

Average number of people employed in Turk Tuborg and Bimpas is 553 in the period of January– September 2011.

Çalışanların Ocak – Eylül 2011 döneminde Kurum içi ve dışı eğitimlerine önem verilmiş, hazırlanmış bir hareket planı doğrultusunda eğitimler gerçekleştirilmiştir.

Importance has been placed on the in-house and outsourced training of the employees during January– September 2011. Trainings have been implemented in accordance with a prepared operational plan.

Çevre Politikası : *Environmental Policy*

Faaliyet alanı malt ve bira üretimi ile ambalajlama, depolama ve dağıtım olan **TÜRK TUBORG**, sahip olduğu sosyal sorumlulukları doğrultusunda çevre yönetimini işinin ayrılmaz bir parçası olarak kabul ederek, tüm çalışanları ile birlikte çevrenin korunmasını amaçlamaktadır.

TURK TUBORG, engaged in the activity of malting, brewing, packaging, warehousing and distribution of beer, consider environmental management as an integral part of its business in connection with its social responsibilities and aims the protection of the environment with all its employees.

Bu amaca ulaşmak için **Türk Tuborg Bira ve Malt Sanayi A.Ş.** olarak yapacaklarımız;

*In order to accomplish this goal, **Turk Tuborg Brewing and Malting Inc.** intends to*

- Doğal kaynakları ve hammaddeleri en verimli şekilde kullanmak,
- Faaliyetlerimizden kaynaklanan çevresel etkileri, gerekli önlemleri alarak, olabilecek en alt düzeye indirmek ve kirlenmeyi önleyerek çevreyi korumak,
- Çevre ve çevre boyutlarımız ile ilgili yasal gerekliliklere ve belirlemiş olduğumuz diğer şartlara uymak,
- Tedarikçi ve taşeronlarımızı çevresel konularda daha duyarlı bir şekilde faaliyet göstermeye teşvik etmek,

- *Optimize the use of natural resources and raw materials,*
- *Reduce the environmental impacts resulting from our activities to the possible minimum level by taking necessary precautions and protect environment by prevention of pollution,*
- *Comply with the applicable legal requirements and other requirements determined by ourselves relating to our environmental aspects,*
- *Encourage our suppliers and subcontractors to operate in a more sensitive manner regarding environmental issues,*

- “ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi” standardı gereklerine uygun olarak kurulmuş olan çevre yönetim sistemimizin performansını hedefler koyarak ölçmek, izlemek, gözden geçirmek ve uygulamakta olduğumuz sistemimizi sürekli olarak iyileştirmektedir.

Kalite Politikası

Türk Tuborg olarak Kalite Politikamız “Kaliteye öncelik vermek ve kaliteyi sürekli geliştirmek”.

Müşteri isteklerinin saptanması ve karşılanması kalite anlayışımızın temelinde yer alır ve çalışmalarımız müşteri memnuniyetini sağlamaya yöneliktir.

Carlsberg kurumsal kalite sistemleri ile ISO-9000 kalite yönetim sistemlerini birlikte kullanarak, Kalite Yönetim Sistemi şartlarına uymak, hedefler koyarak Kalite Yönetim Sistemimizi sürekli iyileştirmek kalite politikamızın temelidir.

Türk Tuborg ilgili tüzük ve standartlara uyulmasına büyük özen gösterir. Tüketicinin korunması konusuna ayrı bir önem verir.

Kalite zincirinin ilk halkasını, bira üretiminde kullanılan tüm hammadde ve yardımcı maddelerin titizlikle seçilerek alınması oluşturur. Bu da satıcı firmalarla yakın işbirliği sağlamakla gerçekleştirilir.

Kalitesi uluslararası üne sahip biramız üretimin her aşamasında kontrol edilir. Sürekli geliştirme çalışmaları ile tüketiciye daima daha yüksek kalitede bira sunulmasına çalışılır.

Kalite zincirinin ilk halkasından, biranın müşteriye sunulduğu son halkasına kadar şirketimizin tüm çalışanları ortak sorumluluk taşırlar. Bu düşünceden yola çıkılarak çalışanın ihtiyaç duyduğu eğitimin sağlanmasına ve motive edici çalışmalarla katılımcılığın geliştirilmesine büyük önem verilir.

- *Measure, monitor and review the performance of our environmental management system which has been established in compliance with “ISO 14001 Environmental Management System” standard by setting targets and continuously improve our system which is in practice.*

Quality Policy

Türk Tuborg gives high priority to the quality and to improve the quality continuously.

Identification and satisfaction of the consumer needs constitute the foundation of our quality policy and our effort is towards ensuring the consumer satisfaction.

With the use of Carlsberg Corporate Quality systems combined with ISO 9000 systems, targets are set to improve the quality management system continuously.

Türk Tuborg places great emphasis on the compliance with the relevant by laws and standards. It places a distinctive importance on the protection of the consumer.

The first link in the quality chain in Türk Tuborg consists of careful selection and purchasing all the raw and ancillary materials used in beer production. This is achieved by close cooperation with the vendors.

Our beer whose quality has an international renowned reputation, is checked at each and every stage of production. We strive to provide the consumer with higher quality beer through continuously improving our efforts.

All the employees of our company bear common responsibility from the very first link of the quality chain to the last one in which the beer is offered to the consumer. As a result, great importance is placed on the training and the development of employees.

**TÜRK TUBORG BİRA VE MALT SANAYİİ A.Ş.
TÜRK TUBORG BREWING AND MALTING INC.**

**YÖNETİM KURULU
BOARD OF DIRECTORS**