

3Ç & 9A 2025 Finansal ve Operasyonel Özet

(Tüm finansal veriler aksi belirtilmedikçe TMS 29'a göre düzenlenmiştir)

(milyon TL)	3Ç 2024	3Ç 2025	Yıllık değişim	9A 2024	9A 2025	Yıllık değişim
Hasılat	10.684	12.300	%15,1	30.540	34.178	%11,9
Brüt kâr	1.971	2.089	%6,0	5.303	5.623	%6,0
Brüt kâr marjı	%18,4	%17,0	-1,4 p	%17,4	%16,5	-0,9 p
Düzeltilmiş FAVÖK	2.463	2.740	%11,2	6.538	7.118	%8,9
Düzeltilmiş FAVÖK marjı	%23,1	%22,3	-0,8 p	%21,4	%20,8	-0,6 p
Net kâr	719	944	%31,2	2.045	2.517	%23,1

3Ç 2025'te öne çıkan önemli noktalar

(Tüm finansal veriler aksi belirtilmedikçe TMS 29'a göre düzenlenmiştir)

- 3Ç 2025'te hasılat reel olarak %15,1 artarak 12,3 milyar TL'ye ulaşmıştır (TMS 29 uygulanmadığında hasılat yıllık bazda %54 artarak 11,8 milyar TL'ye ulaşmıştır).
- Brüt kâr 3Ç 2025'te, 3Ç 2024'e kıyasla reel bazda %6 artarak 2,1 milyar TL olarak gerçekleşmiştir (TMS 29 uygulanmadığında brüt kâr yıllık bazda %43 artarak 2,5 milyar TL'ye ulaşmıştır).
- Düzeltilmiş FAVÖK, 3Ç 2025'te yıllık bazda %11,2'lik reel büyüme göstererek 2,7 milyar TL olarak kaydedilmiştir (TMS 29 uygulanmadığında, düzeltilmiş FAVÖK yıllık bazda %49 artarak 2,6 milyar TL'ye ulaşmıştır).
- Net kâr 3Ç 2025'te bir önceki yılın aynı dönemine göre %31 artarak 944 milyon TL olarak gerçekleşmiştir (TMS 29 uygulanmadan net kâr yıllık %51 artışla 1,7 milyar TL'ye ulaşmıştır).
- Sistem genelinde satışlar (TMS 29 uygulanmadan) 3Ç 2025'te yıllık %49 artışla 17,4 milyar TL'ye ulaşmıştır.

Eş-CEO'lar Özgür Çetinkaya, Gökhan Asok ve Sinan Ünal'ın Değerlendirmeleri

Üçüncü çeyrek sonuçlarımız, iş modelimizin gücünü ve dayanıklılığını bir kez daha ortaya koydu. Zorlu makroekonomik ortama rağmen, tüm markalarımızda ve kanallarımızda sağlam bir büyüme kaydettik. Disiplinli uygulamalarımız, verimlilik odağımız ve dijital dönüşümde sürdürdüğümüz ilerlemeler etkisini açıkça gösteriyor.

Restoran ağıımızdaki güçlü trafik artışı ile paket servis ve dijital kanallarımızda devam eden ivmeden özellikle memnunuz. Dijital penetrasyon ve müşteri etkileşimindeki istikrarlı artış, verimlilik ve sadakati artırırken değişen tüketici alışkanlıklarına ne kadar etkili bir şekilde uyum sağladığımızı gösteriyor.

2025 yılının üçüncü çeyreğinde, şirket tarafından işletilen restoranlar ve Franchise restoranlar dahil olmak üzere sistem genelindeki satışlar, bir önceki yıla göre %49 artışla 17,4 milyar TL'ye ulaştı. TMS 29'a göre gelirler reel olarak %15,1 artışla 12,3 milyar TL'ye ulaşırken, FAVÖK reel olarak %11,2 artışla 2,7 milyar TL'ye yükseldi ve %22,3'lük sağlıklı bir marj elde edildi. Ayrıca net kâr reel olarak %31 artışla 944 milyon TL'ye ulaştı. Bu sonuçlar, zorlu bir ortamda operasyonel disiplini sürdürerek kârlı büyüme sağlama kabiliyetimizi vurgulamaktadır.

Restoran portföyümüz hızla büyümeye devam ederek hızlı servis restoran sektöründeki liderliğimizi pekiştiriyor. Üçüncü çeyrekte 76 yeni restoran açarak toplam restoran sayımızı 1.975'e çıkardık. Popeyes, güçlü marka ivmesini ve tüketici talebini yansıtan 46 yeni açılışla büyümeye öncülük etti. Yıl başından bu yana 165 yeni restoran açtık. Önemli bir unsur olarak, yeni açılan restoranların çoğu mevcut altyapı ve ekipmana sahip, yüksek trafikli birinci sınıf lokasyonlarda konumlanmaktadır. Bu durum, söz konusu lokasyonlar için daha düşük yatırım harcamaları ve daha kısa faaliyete geçiş süreleri anlamına gelmektedir.

Müşteri etkileşimi güçlü seyrini sürdürdü ve toplam işlem sayısı 3. çeyrekte 66,6 milyona ulaşarak yıllık bazda %23 artış kaydetti. Ekiplerimiz yenilikçi pazarlama, ürün geliştirme ve dijital etkileşim yollarıyla marka değerini güçlendirmeye devam etti. Değer odaklı tekliflerden premium menü yeniliklerine, sadakat araçlarından yaratıcı iş birliklerine kadar markalarımız tüketicilerle derin bir bağ kurmaya devam ediyor ve bu da olağanüstü performansımızın temel itici gücü oluyor.

Burger King ve Subway atıştırmalıklarından Usta Dönerci kâse ürünlerine, Popeyes buffalo kanatlarından Subway'in kruvasan ve salata çeşitlerine kadar çeşitli yeni ürünlerle menülerimizi güncel ve taze tuttuk. Sınırlı sayıda üretilen özel burgerlerin yer aldığı Burger King–Heinz iş birliği, kısa sürede müşterilerin favorisi haline geldi.

Ayrıca aileler ve genç kitlelerle duygusal bağlarımızı derinleştirdik. *Şirinler* gibi popüler oyuncak kampanyalarının desteğiyle çocuk menüsü satışları bir önceki yıla göre yaklaşık %80 arttı. Aynı zamanda, dijital eğlence platformları aracılığıyla Z kuşağıyla etkileşimimizi artırdık ve 82 gün boyunca 22 festivale katılarak marka görünürlüğümüzü artırıp daha çok topluluk odaklı temas noktaları yarattık.

Dijital dönüşüm, büyümenin temel itici gücü olmaya devam ediyor. Dijital satışların payı, 2024'teki %36 seviyesinden 2025'in ilk 9 ayında toplam satışların %48'ine yükseldi. Sistem genelinde yaklaşık 2.400 adet self-servis sipariş ekranı kurarak, müşteri deneyimini daha kolay hale getirirken ortalama fiş tutarını da artırıyoruz. Tıkla Gelsin, QR sipariş ve Self-Servis Sipariş Ekranları hızla yaygınlaşarak hem müşteri sadakatini hem de kârlılığı güçlendiriyor. Aynı zamanda, paket servis kanalının toplam satışlar içindeki payı, kolaylığa artan talep ve yemek sipariş platformlarında daha geniş görünürlükle desteklenerek, bir yıl önceki %24'lük orandan %28'e yükseldi.

Neticede, bu sonuçlar güçlü pazar konumumuzu, iş modelimizin dayanıklılığını ve uzun vadeli stratejimizin etkinliğini bir kez daha teyit etmektedir. Tüm çalışanlarımıza ve Franchise ortaklarımıza özverili çalışmaları ve emekleri için teşekkür ederiz. Sahadaki bağlılıkları, bu sonuçların elde edilmesinde çok önemli bir rol oynadı. Yılın son çeyreğine, sağlam bir ivme, net öncelikler ve yıl sonu hedeflerimizi gerçekleştirme konusunda güçlü bir güvenle giriyoruz.

Önemli Operasyonel ve Finansal Göstergeler

SPK'nın 28 Aralık 2023 tarihli ve 81/1820 sayılı kararı uyarınca, KGK tarafından 23 Kasım 2023 tarihinde yayımlanan "Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlamaya İlişkin Uygulama Rehberi"ne göre Türkiye Muhasebe/Finansal Raporlama Standartları'na tabi olan ihraççılar ve sermaye piyasası kurumları 31 Aralık 2023 tarihinden sonra sona eren hesap dönemlerine ait yıllık finansal raporlarından başlamak üzere TMS 29 hükümlerini uygulayarak enflasyon muhasebesi uygulamasına geçeceklerdir.

30 Eylül 2025 tarihi itibarıyla Türk Lirası'nın genel satın alma gücündeki değişimlere ilişkin olarak TMS 29 ("Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama") uyarınca bir düzeltme yapılmıştır. TMS 29, yüksek enflasyonlu ekonomide tedavülde olan para birimi cinsinden hazırlanan finansal tabloların bu para biriminin bilanço tarihindeki satın alma gücüyle sunulmasını ve önceki dönemlerdeki tutarların da aynı şekilde yeniden düzenlenmesini öngörmektedir. Endeksleme işlemi, Türkiye İstatistik Kurumu ("TÜİK") tarafından yayımlanan Türkiye Tüketici Fiyatları Endeksi'nden elde edilen katsayı kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

Karşılaştırmalı finansal tabloların raporlama dönemi sonunda geçerli olan ölçü birimi ile sunulması için bir önceki raporlama dönemine ait ilgili rakamlar genel fiyat endeksi uygulanarak yeniden düzenlenmiştir. Önceki dönemler için açıklanan bilgiler de raporlama dönemi sonunda geçerli olan ölçüm birimiyle sunulur.

Bununla birlikte, 4 Eylül 2023 tarihinde hazırlanan ve 13 Ekim 2023 tarihinde Kamuyu Aydınlatma Platformu'nda yayımlanan Fiyat Tespit Raporu'na göre ve 25 Aralık 2023 tarihinde açıkladığımız 2024 yılı tahminlerimize göre performansımız hakkında fikir vermesi amacıyla finansallarımızdan bazı kalemler enflasyon düzeltmesi yapılmadan da bilgi amaçlı olarak sunulmuştur. Aşağıdaki analiz TMS 29'un uygulanmadığı ve bağımsız denetimden geçmemiş olan finansal tablolara dayanmaktadır.

Önemli Finansal ve Operasyonel Veriler* (Milyon TL)	3Ç 2024	3Ç 2025	Yıllık değişim	9A 2024	9A 2025	Yıllık değişim
Fiş sayısı ('000)	54.237	66.631	%23	156.338	184.790	%18
Ortalama fiş büyüklüğü (TL)	215	262	%22	193	246	%28
Sistem geneli satışlar	11.670	17.441	%49	30.143	45.477	%51
Hasılat	7.671	11.836	%54	20.311	31.068	%53
Brüt kâr	1.727	2.473	%43	4.288	6.358	%48
Düzeltilmiş FAVÖK	1.742	2.598	%49	4.261	6.362	%49
Net kâr	1.152	1.737	%51	3.157	4.633	%47
Brüt kâr marjı	%22,5	%20,9	-1,6 p	%21,1	%20,5	-0,6 p
Düzeltilmiş FAVÖK marjı	%22,7	%22,0	-0,7 p	%21,0	%20,5	-0,5 p
Net kâr marjı	%15,0	%14,7	-0,3 p	%15,5	%14,9	-0,6 p

* TMS 29'a göre düzeltilmemiştir

3Ç 2025'te:

3Ç 2025'te, TAB Gıda zorlu makroekonomik ortama rağmen bu çeyrekte de **güçlü operasyonel ve finansal sonuçlar** elde etti. Performansımız, iş modelimizin gücünü ve markalarımıza yönelik tüketici talebinin dayanıklılığını bir kez daha kanıtladı.

Fiş sayısı 67 milyona ulaşarak, bir önceki yıla göre %23'lük etkileyici bir artış kaydetti. İşlem hacimlerindeki bu güçlü büyüme, tüketicilerin markalarımıza olan ilgisinin devam ettiğini ve tüketicilerin alım gücünün baskı altında olduğu bir ortamda menü yapılarımızın uygunluğunu vurgulamaktadır. **Rekabetçi menü seçeneklerimiz**, daha geniş bir müşteri kitlesine ulaşmamıza ve restoranlarımıza yüksek trafik sağlamamıza yardımcı olarak ana büyüme gücü olmaya devam etti. Aynı zamanda, **üst segment menüler** de genel satışlara olumlu katkı sağladı. Bu, sektörün genelinde belirgin bir aşağı yönlü tüketim eğiliminin devam ettiği göz önüne alındığında özellikle dikkat çekicidir.

Ek olarak, **yeni ürün lansmanları** ve **restoran açılışları** ile pazar varlığımızı güçlendirmeye devam ettik. Bu sayede yeni müşteriler kazandık ve restoranlarımızla daha çok tüketiciye erişim sağladık. Bu girişimler sadece kısa vadeli büyümeyi desteklemekle kalmadı, aynı zamanda önümüzdeki dönemler için sürdürülebilir büyümenin temelini de güçlendirdi.

Tüketici eğilimleri, harcama alışkanlıklarına açıkça yansdı. **Ortalama fiş tutarı yıllık bazda %22 artış göstermiş olsa da**, bu artış çeyreklik enflasyon oranı olan **%33**'ün altında kalmıştır. **Maliyet enflasyonunu fiyatlara yansıtmış olsak da**, bunun iki nedeni vardır. İlk olarak, **tedarik verimliliğimiz** sayesinde **maliyet enflasyonunu manşet enflasyonun oldukça altında** tutabildik. İkincisi, **satış miksi** daha rekabetçi ve uygun fiyatlı menü seçeneklerine kaydı. Bu gelişme, büyümemizin **kârlı ve dengeli** olmasını sağlarken, **uygun fiyat ve erişilebilirliği** sürdürmeye yönelik stratejik odağımızla tamamen uyumludur.

Sistem genelinde satışlar hem artan trafik hem de etkili fiyatlandırma sayesinde **bir önceki yıla göre %49 artışla 17,4 milyar TL'ye** ulaştı. Şirket tarafından işletilen ve Franchise restoranların güçlü performansı sayesinde **hasılatımız** daha da hızlı büyüyerek **%54 artışla 11,8 milyar TL'ye** ulaştı.

Kârlılık tarafında, **brüt kâr yıllık bazda %43 artışla 2,5 milyar TL'ye** ulaşırken, **brüt kâr marjı %20,9** olarak gerçekleşti. **Düzeltilmiş FAVÖK, yıllık bazda %49 artışla 2,6 milyar TL'ye** ulaşırken, **FAVÖK marjı %22,0** olarak gerçekleşti. Bu, geçen yılın aynı dönemine göre **sadece 0,7 puanlık bir düşüşe** tekabül etmektedir. Maliyet enflasyonunu menü fiyatlarımıza başarıyla yansıtırken, marjın hafifçe düşmesi, genel ürün miksindeki uygun fiyatlı, rekabetçi menülerin payının artmasından kaynaklanmaktadır. Bunu, mevcut piyasa koşullarının doğal ve geçici bir sonucu olarak değerlendiriyoruz. Önemli bir unsur olarak, 3. çeyrekte elde edilen FAVÖK marjı seviyesinin **sağlıklı kalmıştır ve yıl sonu beklentilerimizle tamamen uyumludur**.

Net kâra bakıldığında, TAB Gıda **1,7 milyar TL net kâr** elde ederek **bir önceki yıla göre %51 artış** kaydetti. Ayrıca, **güçlü finansal pozisyonumuzu** koruyarak, **çeyreği 8,3 milyar TL toplam nakitle ve neredeyse hiç finansal borç olmadan** kapattık. Bu bilanço gücü, büyümeye yatırım yapmaya devam etmek için bize önemli bir esneklik sağlarken, aynı zamanda dinamik bir makro ortamda dayanıklılığımızı korumamızı sağlıyor.

Üçüncü çeyrek performansımızın ışığında, yıl sonu tahminimizi koruyoruz. Ancak, hem operasyonlarımızda hem de kârlılığımızda güçlü bir ivme yakaladığımızdan, **yıl sonu tahminimizin üst sınırına yakın bir sonuç elde etme olasılığımızın arttığını** düşünüyoruz. Bu, işimizin temel unsurlarına olan güvenimizi, devam eden disiplinli uygulamalarımızı ve karmaşık bir operasyon ortamını yönetirken sürdürülebilir büyüme sağlama becerimizi yansıtıyor.

TAB Gıda Konsolide Gelir Tablosu

(TL)	1 Ocak - 30 Eylül 2025	1 Ocak - 30 Eylül 2024	Değişim (%)	1 Temmuz - 30 Eylül 2025	1 Temmuz - 30 Eylül 2024	Değişim (%)
Hasılat	34.178.068.237	30.540.186.643	%12	12.300.229.158	10.683.629.474	%15
Satışların maliyeti	(28.555.164.735)	(25.237.629.370)	%13	(10.210.886.270)	(8.712.608.702)	%17
Brüt kâr	5.622.903.502	5.302.557.273	%6	2.089.342.888	1.971.020.772	%6
Genel yönetim giderleri	(1.192.585.644)	(1.046.033.222)	%14	(374.537.993)	(329.795.411)	%14
Pazarlama, satış ve dağıtım giderleri	(1.454.255.854)	(1.418.853.997)	%2	(433.751.696)	(481.987.777)	%-10
Esas faaliyetlerden diğer gelirler	348.126.884	459.236.262	%-24	34.815.994	128.506.614	%-73
Esas faaliyetlerden diğer giderler	(694.503.055)	(522.109.497)	%33	(231.762.134)	(211.266.614)	%10
Esas faaliyet kârı / zararı	2.629.685.833	2.774.796.819	%-5	1.084.107.059	1.076.477.584	%1
Yatırım faaliyetlerinden gelirler	1.399.511.461	1.669.847.057	%-16	459.591.591	472.785.331	%-3
Yatırım faaliyetlerinden giderler	(57.934.460)	(79.339.917)	%-27	(10.415.154)	(42.429.041)	%-75
Finansman gideri öncesi faaliyet karı	3.971.262.834	4.365.303.959	%-9	1.533.283.496	1.506.833.874	%2
Finansal gelirler	770.956.324	390.563.906	%97	270.896.850	172.068.072	%57
Finansal giderler	(1.111.736.285)	(822.234.307)	%35	(435.810.813)	(263.518.837)	%65
Parasal Kayıp / Kazanç	(628.842.256)	(936.670.485)	%-33	(246.682.003)	(272.330.834)	%-9
Vergi öncesi kâr	3.001.640.617	2.996.963.073	%0	1.121.687.530	1.143.052.275	%2
Vergi gideri	(309.092.176)	(533.290.967)	%-42	(118.945.256)	(256.200.486)	%-54
Ertelenmiş vergi geliri / (gideri)	(175.822.156)	(419.021.031)	%-58	(58.988.995)	(167.725.546)	%-65
Net dönem kârı	2.516.726.285	2.044.651.075	%23	943.753.279	719.126.243	%31

Düzeltilmiş FAVÖK hesaplaması (TL)	1 Ocak - 30 Eylül 2025	1 Ocak - 30 Eylül 2024	Değişim (%)	1 Temmuz - 30 Eylül 2025	1 Temmuz - 30 Eylül 2024	Değişim (%)
Brüt kâr	5.622.903.502	5.302.557.273	%6	2.089.342.888	1.971.020.772	%6
- Faaliyet giderleri	(2.646.841.498)	(2.464.887.219)	%7	(808.289.689)	(811.783.188)	%0
+ Atık yağ geliri	62.025.312	54.289.259	%14	23.282.344	19.910.173	%17
+ Maaş protokolü geliri	-	16.878.442	a.d.	-	1.112.361	a.d.
+ Amortisman ve itfa payları	1.646.909.048	1.537.814.639	%7	582.299.219	556.848.804	%5
+ Kiralama işlemlerine ilişkin amortisman	2.432.953.544	2.091.575.364	%16	853.706.057	726.317.566	%18
Düzeltilmiş FAVÖK	7.117.949.908	6.538.227.758	%9	2.740.340.819	2.463.426.488	%11

TAB Gıda Konsolide Bilanço

(TL)	30 Eylül 2025	31 Aralık 2024
Dönen Varlıklar		
Nakit ve nakit benzerleri	5.963.424.675	5.293.526.075
Finansal yatırımlar	2.408.137.806	2.273.994.826
Ticari alacaklar	2.064.120.118	1.736.728.726
<i>İlişkili taraflardan ticari alacaklar</i>	<i>1.036.092.980</i>	<i>918.838.617</i>
<i>İlişkili olmayan taraflardan ticari alacaklar</i>	<i>1.028.027.138</i>	<i>817.890.109</i>
Diğer alacaklar	52.180.517	3.286.910
<i>İlişkili olmayan taraflardan diğer alacaklar</i>	<i>52.180.517</i>	<i>3.286.910</i>
Stoklar	576.476.475	493.523.586
Peşin ödenmiş giderler	1.317.785.270	1.239.334.395
Cari dönem vergisiyle ilgili varlıklar	233.146.016	-
Diğer dönen varlıklar	45.852.470	47.350.590
Toplam Dönen Varlıklar	12.661.123.347	11.087.745.108
Duran Varlıklar		
Diğer alacaklar	42.450.567	41.360.929
<i>İlişkili olmayan taraflardan diğer alacaklar</i>	<i>42.450.567</i>	<i>41.360.929</i>
Maddi duran varlıklar	12.174.403.293	10.913.062.985
Maddi olmayan duran varlıklar	1.222.691.111	1.197.627.616
Kullanım hakkı varlıkları	8.612.519.792	7.242.659.307
Peşin ödenmiş giderler	69.354.908	59.133.002
Diğer duran varlıklar	127.149.631	8.005.223
Toplam Duran Varlıklar	22.248.569.302	19.461.849.062
TOPLAM VARLIKLAR	34.909.692.649	30.549.594.170

(TL)	30 Eylül 2025	31 Aralık 2024
YÜKÜMLÜLÜKLER		
Kısa vadeli borçlanmalar	144.342.348	27.080.930
Kiralama işlemlerinden kısa vadeli yükümlülükler	2.274.990.499	1.735.880.458
Ticari borçlar	3.917.212.155	2.462.305.855
<i>İlişkili taraflara ticari borçlar</i>	2.872.132.573	1.710.790.557
<i>İlişkili olmayan taraflara ticari borçlar</i>	1.045.079.582	751.515.298
Diğer borçlar	36.763	53.221
<i>İlişkili olmayan taraflara diğer borçlar</i>	36.763	53.221
Çalışanlara sağlanan faydalar kapsamında borçlar	723.486.284	666.241.034
Kısa vadeli karşılıklar	337.720.135	270.669.852
<i>Çalışanlara sağlanan faydalara ilişkin karşılıklar</i>	255.239.475	207.910.003
<i>Dava karşılıkları</i>	82.480.660	62.759.849
Sözleşme yükümlülükleri	275.999.270	334.130.241
Dönem karı vergi yükümlülüğü	101.740.145	369.579.172
Diğer kısa vadeli yükümlülükler	170.783.785	107.641.701
Toplam Kısa Vadeli Yükümlülükler	7.946.311.384	5.973.582.464
Uzun Vadeli Yükümlülükler		
Uzun vadeli kiralama işlemlerinden borçlar	3.592.638.485	2.838.503.887
Ticari Borçlar	155.556.945	190.302.255
<i>İlişkili olmayan taraflara ticari borçlar</i>	155.556.945	190.302.255
Çalışanlara Sağlanan Faydalara İlişkin Uzun Vadeli Karşılıklar	218.942.285	203.862.273
Ertelenmiş Vergi Yükümlülüğü	1.483.455.221	1.313.501.155
Sözleşme Yükümlülükleri	150.243.927	158.154.577
Toplam Uzun Vadeli Yükümlülükler	5.600.836.863	4.704.324.147
ÖZKAYNAKLAR		
Sermaye	261.292.000	261.292.000
Sermaye düzeltme farkları	3.359.104.006	3.359.104.006
Geri alınmış paylar	(38.722.431)	(33.009.490)
Hisse senedi ihraç primleri	6.664.522.174	6.664.522.174
Kardan ayrılmış kısıtlanmış yedekler	843.661.310	246.212.542
Tanımlanmış fayda planları yeniden ölçüm kazançları	975.151	5.847.846
Maddi duran varlık yeniden değerlendirme artışları	907.274.160	907.274.160
Yabancı para çevrim farkları	211.010.071	213.075.370
Net dönem karı	2.516.726.285	2.397.796.509
Geçmiş yıl karları	6.636.701.676	5.849.572.442
Toplam Özkaynaklar	21.362.544.402	19.871.687.559
TOPLAM KAYNAKLAR	34.909.692.649	30.549.594.170

TAB Gıda Hakkında

TAB Gıda'nın hızlı servis sektöründeki faaliyetleri, 1995 yılında Burger King®'in master Franchise haklarını alarak Türkiye'ye getirmesiyle başlamıştır.

Hızlı servis sektöründe kalite ve sağlık ilkelerinden asla taviz vermeyen TAB Gıda, hayatın en lezzetli dilimini sunan Sbarro®'yu Türk halkı ile 2007 yılında buluşturmuştur.

2007 yılında TAB Gıda bünyesinde faaliyet göstermeye başlayan Popeyes® restoran sayısı bakımından Türkiye'nin en büyük tavuk restoran zinciri konumundadır. Louisiana'nın ünlü şefleri tarafından geliştirilen eşsiz lezzet formülleri ve New Orleans'ın geleneksel lezzetlerini otantik tatlarla birleştiren Popeyes®, doyurucu ve lezzetli seçenekler sunmaktadır.

Dünyada eşi benzeri bulunmayan ürünleriyle benzerlerinden ayrılmayı başaran Arby's® de 2010 yılından bu yana TAB Gıda güvencesiyle Türkiye'de hizmet vermektedir.

TAB Gıda, 2013 yılında sektördeki çeyrek asırlık tecrübesini aktardığı Usta Dönerci® markasını yaratmıştır. TAB Gıda'nın Usta Dönerci®'den sonra 2019'da kendi yarattığı ikinci markası ise Usta Pideci®'dir. Özenle seçilen malzemeler, güvenilir kaynaktan gelen şarküteri ve dana eti ile klasik yöntemlere sadık kalarak hazırlanmış nefis pide çeşitleri sunan Usta Pideci®, "Pide işin ustasından yenir!" sloganı ile pide severleri Türkiye'nin lezzetlerini tatmaya davet etmektedir.

TAB Gıda'nın 2022 yılında global markaları arasına eklediği Subway®, dünyanın en büyük hızlı servis restoran markalarından biridir.

İleriye Dönük Beyanlara İlişkin Özel Not

Bu belge, TAB Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin ("TAB Gıda") planları, hedefleri, beklentileri ve niyetleri ile ilgili ifadeler ve tarihsel gerçekler olmayan diğer ifadeler dahil ancak bunlarla sınırlı olmamak üzere ileriye dönük ifadeler içermektedir. İleriye dönük ifadeler genellikle "olabilir", "olacak", "beklemek", "niyet etmek", "tahmin etmek", "öngörmek", "planlamak", "hedeflemek", "inanmak" gibi kelimelerin veya benzer anlamdaki diğer kelimelerin kullanılmasıyla tanımlanabilir. Bu ileriye dönük beyanlar, yönetimin mevcut görüş ve varsayımlarını yansıtmaktadır ve doğası gereği önemli ticari, ekonomik ve diğer risk ve belirsizliklere tabidir. Yönetim, ileriye dönük beyanlarda yansıtılan beklentilerin makul olduğuna inanmakla birlikte, şu anda bu tür beyanlar ileriye yönelik beklenti niteliğinde olduğundan gerçekleşmeme riski içermektedir. Bu ileriye dönük ifadeler, TAB Gıda'nın aşağıdakilere ilişkin beklentileri ve inançları hakkındaki ifadeleri içerir: (1) TAB Gıda'nın markaları için satış, gelir ve restoran büyümesi ve genişleme fırsatları ve bu büyümenin itici güçleri ve hızı, (2) TAB Gıda'nın restoran açış beklentileri ve uzun vadeli restoran büyüme hedefi, (3) TAB Gıda'nın dijital ve teknoloji girişimlerine ilişkin yaklaşımı ve hedefleri, (4) TAB Gıda'nın iş stratejileri, stratejik girişimleri ve büyüme beklentileri, (5) sermaye tahsisi, (6) TAB Gıda'nın hissedarları için değer yaratma kabiliyeti, (7) pazarlarındaki rekabet ve göreceli konumu ve (8) gelir kaynakları ve TAB Gıda'nın finansal ve operasyonel performansının itici güçleri.

Bu risk ve belirsizliklerden herhangi birinin gerçekleşmesi veya yönetimin temel aldığı varsayımlardan herhangi birinin yanlış olduğunun ortaya çıkması halinde, TAB Gıda'nın gerçek faaliyet sonuçları veya finansal koşulları, burada açıklanan, öngörülen, inanılan, tahmin edilen veya beklenenlerden önemli ölçüde farklı olabilir. Bu durumda, TAB GIDA'nın operasyonunun gerçek sonucu beklenen, tahmin edilen veya öngörülenden farklılık gösterebilir. İleriye dönük ifadeler yalnızca bu tarih itibarıyla geçerlidir ve TAB Gıda'nın bu tarihten sonra meydana gelebilecek değişiklikleri yansıtmak için bu ifadeleri güncelleme yükümlülüğü yoktur.