

3Ç & 9A 2026 Finansal ve Operasyonel Özet

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

(milyon TL)	3Ç 2025	3Ç 2026	Yıllık değişim	9A 2025	9A 2026	Yıllık değişim
Hasılat	15.957	16.733	%4,9	44.338	48.736	%9,9
Brüt kâr	2.741	2.810	%2,5	7.375	7.664	%3,9
Brüt kâr marjı	%17,2	%16,8	-38 bps	%16,6	%15,7	-91 bps
FAVÖK	3.555	3.772	%6,1	9.234	10.152	%9,9
FAVÖK marjı	%22,3	%22,5	26 bps	%20,8	%20,8	0 bps
Net kâr	1.224	629	%-48,6	3.265	2.480	%-24,0

3Ç 2026'da öne çıkan önemli noktalar

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

- **Hasılat** reel olarak %4,9 artarak 16,7 milyar TL'ye ulaşmıştır. (TMS 29 uygulanmadığında hasılat yıllık bazda %38 artarak 16,3 milyar TL'ye ulaşmıştır).
- **Brüt kâr** reel olarak %2,5 artarak 2,8 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. (TMS 29 uygulanmadığında brüt kâr yıllık bazda %37 artarak 3,4 milyar TL'ye ulaşmıştır).
- **FAVÖK**, yıllık bazda %6,1'lik reel büyüme göstererek 3,8 milyar TL'ye ulaşırken, FAVÖK marjı %22,5 olarak gerçekleşmiştir. (TMS 29 uygulanmadığında, FAVÖK yıllık bazda %40 artarak 3,6 milyar TL'ye ulaşmıştır).
- **Net kâr**, 629 milyon TL olarak gerçekleşmiştir.
- **Sistem genelinde satışlar** (TMS 29 uygulanmadan) yıllık %34,5 artışla 23,5 milyar TL'ye ulaşmıştır.

Eş-CEO'lar Özgür Çetinkaya, Gökhan Asok ve Sinan Ünal'ın 3Ç 2026'ya İlişkin Değerlendirmeleri

Fiş sayısındaki büyüme, hızlanan restoran açılışları, ciro artışı ve sağlıklı kârlılık seviyemiz sayesinde bir çeyreği daha güçlü sonuçlarla tamamladık. Tüketicilerin harcamalarında giderek daha seçici davrandığı zorlu makroekonomik koşullara rağmen, değer menülerimizin tüketiciler nezdindeki cazibesi ve ekiplerimizin istikrarlı yönetim kabiliyeti, bu güçlü performansın arkasındaki temelleri oluşturdu.

TMS 29 etkisinden arındırılmış verilere göre, **sistem genelindeki satışlarımız yıllık bazda %34 artarak 23,5 milyar TL'ye ulaştı.** Bu büyüme, **fiş sayısındaki %7'lik artış ve paket servis sipariş adetlerindeki %14'lük büyümeyle** desteklendi. Çeyrek boyunca fiş sayısı büyümesine Popeyes ve Arby's markalarımız liderlik ederken, bu performans artırdığımız pazarlama iletişiminin de desteğiyle söz konusu markalara yönelik güçlü tüketici talebini yansıttı. Uygun fiyatlı ürünler sunma, marka etkileşimini artırma ve farklı kanallardan erişim kolaylığı sağlama yönündeki bütünleşik çalışmalarımız bu sonuçları destekleyerek rekabetçi konumumuzu güçlendirdi ve pazar payı kazanımlarımıza katkı sağladı

Markalarımız arasında dengeli restoran açılış stratejimiz doğrultusunda, **üçüncü çeyrekte 73 yeni restoran açarak büyümemizi hızlandırdık.** Böylece yılın ilk dokuz ayında toplam 151 yeni restoran açılış gerçekleştirerek **restoran ağıımızı 2.164'e ulaştırdık.** Piyasa koşulları yeni restoranlarımız için avantajlı kira sözleşmeleri yapmamıza olanak sağlarken, devam eden renovasyon çalışmalarımızla mevcut restoranlarımızı modern ve cazip tutmayı sürdürdük. Ayrıca, **Usta Dönerci markamız Çin'deki ilk restoranlarının açılmasıyla önemli bir kilometre taşına ulaştı.** Franchise iş ortağımız tarafından işletilen bu restoranlarda uygulanan deneme-öğrenme yaklaşımı, iş modelimizi optimize etmemizi ve gelecekteki büyüme fırsatlarını değerlendirmemizi sağlayacak.

Marka portföyümüz genelinde, ekonomi menülerimizi ve müşteri etkileşimini ön planda tutmaya devam ettik. Ekonomi menülerimiz, sezonluk ürünlerimiz ve marka etkileşimini artırmaya yönelik çalışmalarımız, müşterilerimizin restoranlarımızı tercih etmelerini ve yeniden ziyaret etmelerini sağladı. **Cazip fiyatlarla sunduğumuz ekonomi menülerimiz tüketicilerimizin ilgisini çekmeyi sürdürerek** çeşitlendirilmiş marka portföyümüzün değişen tüketici tercihlerini ve uygun fiyatlı ürünlere yönelik talebi karşılama gücünü bir kez daha pekiştirmiş oldu. Özellikle dondurma ürünlerimiz başta olmak üzere sezonluk ürün lansmanlarımızın performansı, çeyreğin öne çıkan gelişmelerinden biri oldu. **2026 yılının üçüncü çeyreğinde 17,5 milyon**, ilk dokuz ayında ise toplam 41 milyon adet dondurma satışı gerçekleştirdik. Bunun yanı sıra, etkinlik katılımları, restoran içi aktiviteler, sosyal medya iş birlikleri ve tematik pazarlama faaliyetleri gibi **marka etkileşimini artırmaya yönelik çalışmalarımız, müşterilerimizle kurduğumuz bağı güçlendirerek marka sadakatini artırdı**. Bu çalışmalarımızın başarısının bir göstergesi olarak, **The Hammers Awards'ta**, büyüme, pazarlama ve yapay zekâ destekli pazarlama dahil çeşitli kategorilerde **8 ödüle layık görülmekten gurur duyuyoruz**.

Dijitalleşme, işlerimizi güçlendirmeye ve müşteri deneyimini iyileştirmeye devam ediyor. 2026 yılının üçüncü çeyreğinde **dijital kanalların toplam satışlarımız içindeki payı %56** olarak gerçekleşti. Paket servisin üçüncü çeyrek satışlarımız içindeki payı %30'a ulaşırken, kiosk ekranlarının Burger King, Popeyes ve Arby's markalarımızdaki restoran penetrasyonu %80'e yaklaştı. Çeyrek boyunca yaklaşık 400 yeni kiosk ekranını devreye alarak müşterilerimizin pratik sipariş deneyimine erişimini yaygınlaştırdık ve bu ekranların müşterilerimiz tarafından kullanımını destekledik.

Bu ilerlemeyi güçlü finansal disiplinimizi sürdürerek gerçekleştirdik. TMS 29 kapsamında, **2026 yılının üçüncü çeyreğinde gelirlerimiz reel bazda %5 artışla 16,7 milyar TL'ye, FAVÖK'ümüz ise %6 artışla 3,8 milyar TL'ye ulaşırken; FAVÖK marjımız yıllık bazda 26 baz puanlık iyileşmeyle %22,5 olarak gerçekleşti**. Restoran ağımıza, markalarımıza ve dijital yetkinliklerimize yatırım yaparken kârlılığımızı sürdürülebilir kılmak, iş anlayışımızın merkezinde olmayı sürdürüyor.

Önemli bir husus olarak, **güçlü bilanço yapımız** gelecekteki büyüme fırsatlarını değerlendirmemiz için bize **önemli ölçüde finansal esneklik** sağlamaya devam ediyor. Yılın ilk dokuz ayında **1,3 milyar TL nakit temettü dağıtımı gerçekleştirmemize ve restoran ağımıza 3,6 milyar TL yatırım yapmamıza rağmen, üçüncü çeyrek sonu itibarıyla 9,5 milyar TL nakit ve finansal yatırıma sahip olup, herhangi bir finansal borcumuz bulunmamaktadır**. Sağlam sermaye yapımızın ve güçlü nakit yaratma kapasitemizin, **ihtiyatlı finansal yaklaşımımızı korurken** uzun vadeli stratejimizi başarıyla hayata geçirmemize olanak sağlayacağına inanıyoruz.

Bu güçlü sonuçların temelinde, restoran ekiplerimizin özverili çalışmaları yer alıyor. Ekiplerimize ve franchise iş ortaklarımıza işlerine olan bağlılıkları ve başarılı operasyonel uygulamaları için, hissedarlarımıza ise bize duydukları güven ve destek için teşekkür ederiz.

Önemli Operasyonel ve Finansal Göstergeler

SPK'nın 28 Aralık 2023 tarih 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 2026 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, finansal tablolarımızdaki bazı kalemler bilgi amaçlı olarak enflasyon düzeltmesi yapılmaksızın da sunulmaktadır. Bağımsız denetimden geçmemiş bu rakamlar, ilgili yerlerde açıkça belirtilmiştir. Bu yönde bir açıklama bulunmayan tüm finansal rakamlar UMS 29'a uygun olarak raporlanmıştır.

Önemli Finansal ve Operasyonel Veriler* (milyon TL)	3Ç 2025	3Ç 2026	Yıllık değişim	9A 2025	9A 2026	Yıllık değişim
Fiş sayısı ('000)	66.631	71.094	%6,7	184.790	203.244	%10,0
Sistem geneli satışlar	17.441	23.457	%34,5	45.477	64.031	%40,8
Hasılat	11.836	16.295	%37,7	31.068	44.796	%44,2
Brüt kâr	2.473	3.377	%36,5	6.358	8.921	%40,3
Brüt kâr marjı	%20,9	%20,7	-17 bps	%20,5	%19,9	-55 bps
FAVÖK	2.598	3.626	%39,6	6.362	9.255	%45,5
FAVÖK marjı	%22,0	%22,3	30 bps	%20,5	%20,7	18 bps
Net kâr	1.737	1.523	%-12,3	4.633	5.207	%12,4

*TMS 29'a göre düzenlenmemiş

3Ç 2026'da:

Nominal bazda sistem genelindeki satışlarımız, 2026 3Ç'de fiş sayısındaki %6,7'lik artışın desteğiyle yıllık bazda %34,5 büyüyerek 23,5 milyar TL'ye ulaştı. Bu çeyrekte toplam fiş sayımız 71,1 milyon olarak gerçekleşirken; bu performans, güçlü operasyonel uygulamalarımız, müşteri odaklı menü stratejimiz ve ölçek ekonomimizin sağladığı avantajlarla desteklenen disiplinli fiyatlandırma yaklaşımımız sayesinde gerçekleşti. Bu doğrultuda, 2026 3Ç'de enflasyon muhasebesi uygulanmamış verilere göre gelirlerimiz yıllık bazda %37,7 artarak 16,3 milyar TL'ye ulaştı. Bu büyüme, üçüncü çeyrek gelirlerimizde yıllık bazda %5'lik reel artışa karşılık gelmektedir.

Nominal bazda TAB Gıda, **2026 3Ç'de yıllık %39,6 artışla 3,6 milyar TL FAVÖK elde etti.** Bu seviyeyi sağlıklı ve yıl sonu beklentilerimizle uyumlu olarak değerlendiriyoruz. Enflasyon muhasebesi uygulandığında ise FAVÖK'ümüz, gelirlerimizdeki büyümenin üzerinde bir performans sergileyerek %6 artışla 2026 3Ç'de 3,8 milyar TL'ye ulaştı. TMS 29 kapsamında çeyreklik FAVÖK marjımız, maliyet kontrollerimiz, disiplinli fiyatlandırma yaklaşımımız ve hedef odaklı ticari girişimlerimizin katkısıyla yıllık bazda 26 baz puan iyileşerek %22,5 olarak gerçekleşti.

TMS 29 uygulanmamış verilere göre, 2026 3Ç'de net kârımız 1,5 milyar TL'ye ulaştı. Enflasyon muhasebesi uygulandığında ise net kârımız 629 milyon TL olarak gerçekleşti. Net kârımızı etkileyen birkaç faktör bulunmaktadır.

Öncelikle, faiz oranlarının yıllık bazda gerilemesi nedeniyle üçüncü çeyrekte daha düşük finansal gelir elde ettik. Yıllık bazdaki karşılaştırma, 2025 yılının üçüncü çeyreğindeki daha düşük vergi etkisinden

de etkilenmişti; o dönemde vergi hesaplamalarında, yasal mali tablolar için de enflasyon muhasebesinin geçerli olacağı varsayılıyordu.

Bunun yanı sıra, yapılandırılmış finansal ürün yatırımlarımızdan elde ettiğimiz kazancı sabitleme kararı aldık. Şirketimiz, 2026 yılının ilk yarısında **2,6 milyar TL tutarındaki başlangıç yatırımı üzerinden yaklaşık 1 milyar TL kâr elde ederek %40 civarında getiri sağladı**. Bu getiri, enflasyonun oldukça üzerinde gerçekleşirken yılın tamamı için belirlenen getiri hedefimize de ulaştı. Söz konusu hedefe yılın ilk yarısında ulaşmamızın ardından, elde ettiğimiz kazancı güvence altına almayı tercih ettik. Bu doğrultuda, 2026 yılının ikinci yarısında söz konusu üründen ilave kâr elde edilmesi beklenmemektedir.

Bu zamanlama, çeyreklik net kârın yıllık bazda kıyaslanabilir olmasını azaltmaktadır. Söz konusu durum, finansal ürünün yıllık getirisinin ilk yarıda öne çekilmesinden kaynaklanmaktadır. Bununla birlikte, vergi matrahı ve finansal gelirlerdeki farklılıkların ortadan kalkmasıyla yıl sonu finansal sonuçlarımızın daha karşılaştırılabilir olacağına inanıyoruz.

TAB Gıda, finansal borcu bulunmayan güçlü nakit pozisyonunu sürdürmektedir. 2026 3Ç sonu itibarıyla, toplam nakit ve nakit benzerleri 9,5 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. Şirketimizin döviz cinsinden borcunun bulunmaması ve tedarikinin büyük ölçüde yurt içinden sağlanması sayesinde döviz kuru riskine maruziyeti oldukça sınırlıdır.

2026 Yılı Beklentileri — Değişiklik Yok

İlk dokuz aylık sonuçlarımız doğrultusunda, **2026 yılına ilişkin yaklaşık %10 restoran ağı büyümesi, %8–10 reel gelir artışı ve yatay FAVÖK marjı beklentilerimizi koruyoruz.**

Yılın başında bu beklentilerimizi paylaştığımız dönemde, bölgemizde herhangi bir çatışma bulunmuyordu ve petrol fiyatları bugün olduğundan çok daha düşük seviyedeydi. O tarihten bu yana, petrol fiyatlarındaki yükseliş ve bunun genel maliyetlere yansımaları, enflasyonun beklentilerimizin üzerinde seyretmesine neden oldu. Bu da tüketicilerin satın alma gücü ve özellikle belirli protein kategorilerindeki girdi maliyetleri üzerinde ilave baskı oluşturdu.

Bu zorlu koşullarda yıl sonu beklentilerimizi korumayı yönetim ekibimizin önemli bir başarısı olarak görüyoruz. Çeşitlendirilmiş marka portföyümüz ve disiplinli operasyonlarımız sayesinde değişen tüketici davranışlarına hızla uyum sağlayarak yıl boyunca güçlü büyümemizi sürdürdük.

TAB Gıda Konsolide Gelir Tablosu

('000 TL)	1 Ocak - 30 Eylül 2026	1 Ocak - 30 Eylül 2025	Değişim (%)	1 Temmuz - 30 Eylül 2026	1 Temmuz - 30 Eylül 2025	Değişim (%)
Hasılat	48.735.503	44.338.249	%10	16.733.370	15.956.742	%5
Satışların maliyeti	(41.071.591)	(36.963.350)	%11	(13.923.516)	(13.216.093)	%5
Brüt kâr	7.663.912	7.374.899	%4	2.809.854	2.740.649	%3
Genel yönetim giderleri	(1.706.901)	(1.547.108)	%10	(534.242)	(485.878)	%10
Pazarlama, satış ve dağıtım giderleri	(1.878.742)	(1.886.565)	%0	(618.012)	(562.694)	%10
Esas faaliyetlerden diğer gelirler	204.149	371.151	%-45	52.240	14.963	%249
Esas faaliyetlerden diğer giderler	(1.017.578)	(900.959)	%13	(317.475)	(300.658)	%6
Esas faaliyet kârı / zararı	3.264.840	3.411.418	%-4	1.392.365	1.406.382	%-1
Yatırım faaliyetlerinden gelirler	1.862.302	1.812.539	%3	100.980	594.404	%-83
Yatırım faaliyetlerinden giderler	(26.819)	(72.149)	%-63	(23.950)	(11.699)	%105
Finansman gelir/gideri öncesi faaliyet kârı	5.100.323	5.151.808	%-1	1.469.395	1.989.087	%-26
Finansal gelirler	701.327	1.000.140	%-30	157.852	351.427	%-55
Finansal giderler	(1.820.156)	(1.442.224)	%26	(664.703)	(565.365)	%18
Parasal kayıp / kazanç	(461.815)	(815.779)	%-43	(113.684)	(320.013)	%-64
Vergi öncesi kârı	3.519.679	3.893.945	%-10	848.860	1.455.136	%-42
Vergi gideri	(787.881)	(400.977)	%96	(205.070)	(154.305)	%33
Ertelenmiş vergi geliri / (gideri)	(251.773)	(228.089)	%10	(15.053)	(76.525)	%-80
Net dönem kârı	2.480.025	3.264.879	%-24	628.737	1.224.306	%-49

FAVÖK hesaplaması ('000 TL)

Brüt kâr	7.663.912	7.374.899	%4	2.809.854	2.740.649	%3
- Faaliyet giderleri	(3.585.643)	(3.433.673)	%4	(1.152.254)	(1.048.572)	%10
+ Amortisman ve itfa payları	2.684.547	2.136.489	%26	979.891	755.402	%30
+ Kiralama işlemlerine ilişkin amortisman	3.388.778	3.156.202	%7	1.134.256	1.107.488	%2
FAVÖK	10.151.594	9.233.917	%10	3.771.747	3.554.967	%6

TAB Gıda Konsolide Bilanço

('000 TL)	30 Eylül 2026	31 Aralık 2025
Dönen Varlıklar		
Nakit ve nakit benzerleri	3.637.590	4.375.767
Finansal yatırımlar	2.322.020	3.661.644
Türev araçlar	3.584.965	3.221.803
Ticari alacaklar	3.869.556	3.112.502
<i>İlişkili taraflardan ticari alacaklar</i>	<i>2.185.733</i>	<i>1.793.563</i>
<i>İlişkili olmayan taraflardan ticari alacaklar</i>	<i>1.683.823</i>	<i>1.318.939</i>
Diğer alacaklar	72.988	64.874
<i>İlişkili olmayan taraflardan diğer alacaklar</i>	<i>72.988</i>	<i>64.874</i>
Stoklar	826.766	777.051
Peşin ödenmiş giderler	1.220.798	562.280
Diğer dönen varlıklar	57.849	46.156
Toplam Dönen Varlıklar	15.592.532	15.822.077
Duran Varlıklar		
Diğer alacaklar	61.053	54.940
<i>İlişkili olmayan taraflardan diğer alacaklar</i>	<i>61.053</i>	<i>54.940</i>
Maddi duran varlıklar	17.306.779	16.415.392
Maddi olmayan duran varlıklar	1.576.588	1.618.033
Kullanım hakkı varlıkları	12.170.598	11.414.482
Peşin ödenmiş giderler	91.758	62.771
Diğer duran varlıklar	157.937	177.238
Toplam Duran Varlıklar	31.364.713	29.742.856
TOPLAM VARLIKLAR	46.957.245	45.564.933

('000 TL)	30 Eylül 2026	31 Aralık 2025
Kısa Vadeli Yükümlülükler		
Kiralama işlemlerinden kısa vadeli yükümlülükler	3.274.984	3.045.945
Ticari borçlar	4.478.691	4.626.675
<i>İlişkili taraflara ticari borçlar</i>	2.855.502	3.318.149
<i>İlişkili olmayan taraflara ticari borçlar</i>	1.623.189	1.308.526
Diğer borçlar	50	113
<i>İlişkili olmayan taraflara diğer borçlar</i>	50	113
Çalışanlara sağlanan faydalar kapsamında borçlar	1.070.957	997.942
Kısa vadeli karşılıklar	529.309	437.170
<i>Çalışanlara sağlanan faydalara ilişkin karşılıklar</i>	383.316	332.825
<i>Diğer kısa vadeli karşılıklar</i>	145.993	104.345
Ertelenmiş gelirler	181.755	259.505
Dönem kârı vergi yükümlülüğü	165.342	453.954
Diğer kısa vadeli yükümlülükler	234.601	407.471
Toplam Kısa Vadeli Yükümlülükler	9.935.689	10.228.775
Uzun Vadeli Yükümlülükler		
Uzun vadeli kiralama işlemlerinden borçlar	5.266.808	4.933.372
Ticari borçlar	151.950	203.044
<i>İlişkili olmayan taraflara ticari borçlar</i>	151.950	203.044
Çalışanlara sağlanan faydalara ilişkin uzun vadeli karşılıklar	342.767	299.924
Ertelenmiş gelirler	187.376	189.867
Ertelenmiş vergi yükümlülüğü	2.246.996	2.015.308
Toplam Uzun Vadeli Yükümlülükler	8.195.897	7.641.515
ÖZKAYNAKLAR		
Sermaye	261.292	261.292
Sermaye düzeltme farkları	4.435.346	4.435.346
Geri alınmış paylar	(49.156)	(49.156)
Hisse senedi ihraç primleri	8.645.697	8.645.697
Kârdan ayrılmış kısıtlanmış yedekler	1.246.374	1.094.458
Tanımlanmış fayda planları yeniden ölçüm kayıpları	(18.648)	(11.032)
Maddi duran varlık yeniden değerlendirme artışları	1.176.981	1.176.981
Yabancı para çevrim farkları	322.294	270.933
Net dönem kârı	2.480.025	3.266.732
Geçmiş yıl kârları	10.325.454	8.603.392
Toplam Özkaynaklar	28.825.659	27.694.643
TOPLAM KAYNAKLAR	46.957.245	45.564.933

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 ayırmayı 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 Gıda'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.