



UFRAD®

2026

FRANCHISE REHBERİ

FRANCHISE GUIDE

European
Franchise
Federation

DEİK
DIŞ EKONOMİK İLİŞKİLER KURULU
FOREIGN ECONOMIC RELATIONS BOARD

**WORLD
FRANCHISE
COUNCIL**

Asia Pacific Franchise
Confederation

DÜNYANIN
EN FAZLA
GAYRİMENKUL
SATAN MARKASI



RE/MAX®

'IN

FRANCHISE SAHİBİ OLMAK İSTER MİSİNİZ?

BAŞVURU İÇİN:

WWW.REMAX.COM.TR

(850) 888 8 769 (RMX)

RE/MAX®
TÜRKİYE



KLIMATEK

91
1935'DEN BUGÜNE



CONVOTHERM



HENNY PENNY



TAYLOR



TURBOCHEF



thermoplan



Zümex



Lincoln



Frymaster



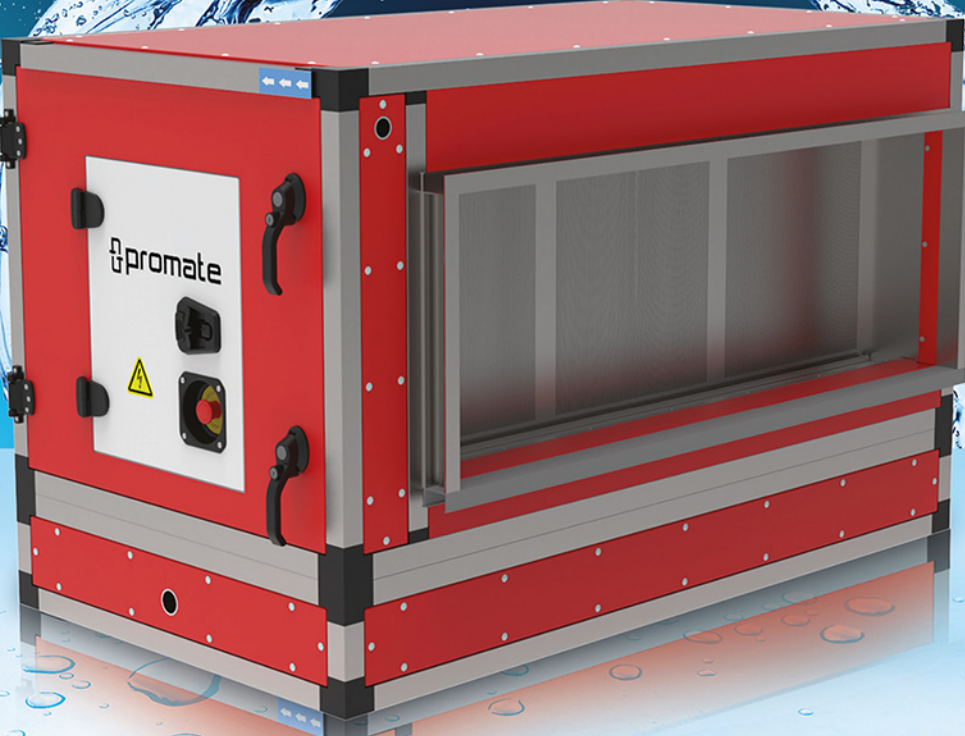
TAYLOR HENNY PENNY Frymaster TURBOCHEF CONVOTHERM Lincoln thermoplan NIECO
 ULLE Maniwoc Vitamix PRINCECASTLE eye King Zümex pacojet BUNN FRIGOMAT RAM
 WMAXX MERRYCHEF ISA GARLAND cafetto nemco FOOD EQUIPMENT SILVER KING HATCO
 Delfield Cleveland Antunes Rotisol Lang CREM marco Multiplex FILTROX BRAS

INFO@KLIMATEK.COM

WWW.KLIMATEK.COM

0212 244 46 16

SELF- CLEANING



ISO 16890
PM1 96,65

SÜRDÜRÜLEBİLİR

MINİMAL SARFIYAT

MODÜLER SİSTEM

AKILLI TASARIM

PROMATE AQB AUTOWASH ÜRÜN AVANTAJLARI



ESP BAKIM / İŞÇİLİK / SARF MALİYETLERİ

Katı yakıtlı pişirmelerde toplayıcı filtrelerce 3 / 7 / 15 / 21 / 30 / 45 günlere varan periyotlarda detaylı bakım yapılması gerekmektedir. Promate AQB Autowash ile önemli oranda işçilik ve sarf malzeme maliyetleri minimize edilir.



SÜREKLİ MAKSİMUM FİLTRE VERİMİ

ESP tekniğinde kirli havadaki partiküller toplayıcıdan 180° açı ile belli bir hızda geçerken plakalara yapışır ve zaman içinde verim düşer. Promate AQB Autowash ile çok kısa periyotlarda minimum maliyetlerde bakım yapılarak filtreleme verimi sürekli maksimumda tutulur.



MINİMUM PERSONEL İHTİYACI

Bakım hizmeti ister dışarıdan alınsın ister işletme personeli tarafından yapılsın belli sayıda personel ihtiyacı doğacaktır. Promate AQB Autowash ile personel ihtiyacı minimum olacaktır.



MAKSİMUM AKTİF KARBON ÖMRÜ

Promate AQB Autowash ile toplayıcı filtrelerce sık periyotlarda bakım yapılabileceğinden yağ ve duman kaçağı olmayacak ve aktif karbon daha uzun ömürlü kullanılacaktır.



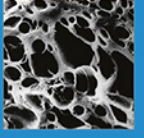
BAKIM İSTASYONU YATIRIMI

Bakım işletme personeli tarafından yapıldığında, bakım istasyonu, yedek filtre vb. yatırım maliyetlerine Promate AQB Autowash ile gerek duyulmayacaktır.



YÜKSEK AKTİF KARBON VERİMİ

Promate AQB Autowash ile toplayıcı filtrelerce sık periyotlarda bakım yapılabileceğinden yağ ve duman kaçağı olmayacak ve aktif karbon daha verimli kullanılacaktır.



KANAL BAKIM MALİYETLERİ

Zamanında yapılmayan, yanlış yapılan ya da herhangi bir aksaklık ile yapılamayan ESP toplayıcı bakımlarından dolayı kanallar yağlanabilmektedir. Promate AQB Autowash ile kanallar yağlanmayacak ve kanal bakım maliyetleri minimize edilecektir.



HATALI BAKIM KAYNAKLI SORUNLAR

Özellikle yetkili olmayan servisler tarafından manuel olarak yapılan bakımlarda toplayıcı filtreler zarar görebilmekte ve kullanılmaz hale gelmektedir. Promate AQB Autowash ile yerinden çıkarılmayan toplayıcı filtreler çok daha uzun süre kullanılacaktır.



MINİMUM YANGIN RİSKİ

Bakımda yaşanabilecek aksaklıklar sonucu kanalda biriken yağ yangın riski oluşturmaktadır. Promate AQB Autowash ile düzenli ve sık bakım yapılarak bu risk minimize edilir.



GENEL İŞLETME MALİYETİNDE TASARRUF

ESP bakımları için personel, zaman, sarf malzeme gibi birçok unsur işletmenin maliyetlerini etkilemektedir. Promate AQB Autowash ile bu unsurlar maliyetlere eklenmemekte ve genel tasarruf sağlanmaktadır.



KANAL YAĞLANMASINA BAĞLI MINİMUM KOKU

Kanalda biriken yağ zaman içinde bozularak pişirmeden gelen kokuya eklenir ve durumu daha da ağırlaştırır. Promate AQB Autowash ile sık bakım yapılabilmekte ve kanal yağlanmasına bağlı koku sorun olmamaktadır.



UZUN EKONOMİK ÖMÜR


Promate AQB Autowash, iç yapısı paslanmaz malzeme olduğundan korozyon ve paslanma olmayacaktır. Ayrıca filtrelerin bakımı esasında sökme-takma işlemi gerektirmediğinden aşınma yaşanmayacak dolayısıyla çok daha fazla uzun ömürlü olacaktır.






195 Ülkede Markanızı Koruyor, Büyütüyor ve Geleceğe Taşıyoruz!

Sınai mülkiyet hakları danışmanlığında liderliğimizi sürdürüyor, 195 ülkede doğrudan vekillik ve uçtan uca danışmanlık hizmeti sunuyoruz.

www.destekpatent.com | 

+90 (212) 329 00 00 | 


info@destekpatent.com | 


Francorp®

The Franchising Leader


Markanızı Küresel Pazarlara Taşımanın Gücünü Keşfedin!

Franchise stratejilerimizle markanızı
yeni pazarlara taşıyarak **küresel liderliğe ulaşın...**

<https://francorp.com.tr/> 

0212 329 00 00 

info@francorp.com.tr 

Spine Tower, Saat Sokak, No: 5 Kat: 13, Maslak, 34485 Sarıyer İstanbul 

ENDÜSTRİYEL PIŞİRME ÇÖZÜMLERİ

1968'DEN BERİ



HAMBURGER EKMEK
TAVALARI



%99.6 Saf Alüminyum



YUVARLAK
BAKLAVA TEPSİLERİ



Yanmaz, Yapışmaz Kaplama Seçeneği



STANDART DELİKLİ
PIZZA TAVALARI



Homojen Pişirme

ÜRÜNLERİMİZ

- PİZZA TAVALARI
- YUVARLAK TEPSİLER
- KÖŞELİ BAKLAVA TEPSİLERİ
- DÖNER FIRIN TAVALARI
- KÜNEFE TAVALARI
- SANDVIÇ EKMEK TAVALARI
- BURGER EKMEK TAVALARI
- TOST EKMEK TAVALARI
- BAGET TAVALARI
- YOĞURT TAVALARI
- TATLI, BÖREK, EKMEK VE HELVA TAVALARI

Daha fazla ürün için web sitemizi ziyaret edebilirsiniz.



%99.6 Saf Alüminyum



50+ Ülkeye İhracat



Gıda Temas Sertifikalı



*Anne eli ile
Anadolu tadında!*



**Türkiye'nin büyüyen içli köfte markasıyla
kazançlı bir iş modeline ortak olun.**

✓ Düşük operasyon yükü ✓ Yüksek talep ✓ Ölçeklenebilir sistem

FRANCHISE İÇİN ŞİMDİ BAŞVURUN!

☎ 0545 347 63 37 - 0501 027 63 37 ✉ tunaiclikoftegozleme@gmail.com

www.tunaiclikofte.com.tr



FRANCHISING DERNEĞİ
TURKISH FRANCHISE ASSOCIATION

ONLINE
UFRAD FRANCHISE
AKADEMİSİ



Şimdi kendi markanı yaratma,
kendi işini kurmak için en iyi zaman,
FRANCHISE SİSTEMİ İLE
FIRSATI YAKALAYIN !

Lokasyon Seçiminden Finansman'a, Sözleşmelerden Satış Stratejileri ve Operasyon Sistemlerine,
hepsi siz değerli franchise marka sahipleri için detaylı ele alınıyor;

Franchise almak isteyen girişimci adayları, sizleri de unutmadık,

Doğru Marka Seçimi, Sektörün Püf Noktaları,

hepsi ve daha fazlası için UFRAD Akademi Eğitimine katılın.



Kayıt için: **UFRAD Franchising Derneği**
İletişim Koordinatörlüğü
0212 599 17 84 / 0532 405 28 83

www.ufrad.org



ABDULAZIZ
PARTNERS
LAW FIRM

**MARKANIZIN
GELECEĞİNİ
HUKUKLA İNŞA EDİN**
BUILD YOUR BRAND'S FUTURE WITH LAW

**Franchise sisteminizi UFRAD ve EFF
standartlarında kurun.
Marka tescilinden ağ yönetimine,
hukuki altyapınızı biz sağlamlaştırıyoruz.**

Establish your franchise system at UFRAD and EFF standards. From trademark registration to network management, we fortify your legal infrastructure.



abdulaziz-lawfirm.com

UFRAD DESTEKÇİ ÜYELER / SUPPORTING MEMBERS

ABDULAZIZ

PARTNERS LAW FIRM

Yetkili: Alaa Abdulaziz
Tel: +90 553 570 08 45
Adres: Mevlana Mah. Sultan Ahmet Cad. AK-ER Apt. No:1 D:36 Esenyurt - İst
www.abdulaziz-lawfirm.com
alaa@abdulaziz-lawfirm.com

ADRES PATENT

Yetkili: Av. Ali Yüksel
Tel: +90 212 347 89 89
Adres: Levent Cad. Krizantem Sok. No:33 Beşiktaş - İst
www.adrespatent.com
info@adrespatent.com

AIRBY MÜHENDİSLİK

Yetkili: Tolga Baydar
Tel: +90 216 514 50 77
Adres: Deluxia Palace Barbaros Mah. Mor Sümbül Sok. 5 A No:304 Ataşehir - İst
www.airby.org
info@airby.org

ALİZE MÜHENDİSLİK

Yetkili: Cüneyt Tecer
Tel: +90 212 210 71 21
Adres: Perpa Tic. Merkezi A Blok K:11 No:1584 Okmeydanı / Şişli - İst
www.alizemhs.com
info@alize.org

ARKA PLAN DANIŞMANLIK

Yetkili: Hakan Gezenayak
Tel: +90 542 804 35 84
Adres: Bağlarbaşı Mah. Huzur Cad. No:175-2 Osmangazi - Bursa
www.arkaplan.com.tr
ajans@arkaplan.com.tr

ARMİYA TEKNOLOJİ

Yetkili: Ali İhsan Tuğ
Tel: +90 850 346 02 76
Adres: Akmerkez, Nispetiye Cad. B-3 Blok K:8 No:7001 Beşiktaş - İst
www.armiya.com
bilgi@armiya.com

BANASOR

Yetkili: Amin Ghahreman Zadeh
Tel: +90 552 789 92 08
Adres: Ritim İstanbul B Blok İç Kapı No:104 Maltepe - İst
www.banasorco.com
info@banasorco.com

BERANET

Yetkili: Harun Akkuş
Tel: +90 850 550 85 50
Adres: Ağaoğulları Plaza 63. Sok. A Blok Kat:3 Beylikdüzü - İst
www.beranet.com.tr
harun@beranet.com.tr

DESTEK PATENT

Yetkili: Kemal Yamankaradeniz
Tel: +90 212 329 00 00
Adres: Maslak Mah. Büyükdere Cad. No:243 K:13 Spine Tower Sarıyer - İst
www.destekpatent.com.tr
info@destekpatent.com

ESPERRO

Yetkili: Samet Beşikçi
Ozan Türkmen
Tel: +90 850 799 31 11
Adres: Yenişehir Mah. Osmanlı Bulvarı No:7 Volume Kurtköy Ofis K:1 Yenişehir / Kurtköy - İstanbul
www.esperro.com.tr
samet@coffeechefs.com
ozan@esperro.com.tr

FRANCHISE & MORE DANIŞMANLIK

Yetkili: Osman Faik Bilge
Tel: +90 216 580 88 28
Adres: Fahrettin Kerim Gökay Cad. No:60/14 Kadıköy - İst
www.franchisemore.com
ofbilge@msn.com

FRANCHISING.MARKET

Yetkili: Mesut Süren
Tel: +90 533 607 41 85
Adres: Fahrettin Kerim Gökay Cad. No: 60-14 Kadıköy - İst
www.franchising.market
mesut.suren@franchising.market

FRANCORP

Yetkili: Alara Geyik
Tel: +90 541 556 88 10
Adres: Maslak Mah. Büyükdere Cad. No:243 K:13 Spine Tower Sarıyer - İst
www.francorp.com.tr
alara.geyik@francorp.com.tr

GOLDEN CITY MEDIA

Yetkili: Alpaz Erüs
Tel: +90 212 320 00 34
Adres: Perpa İş Merkezi B Blok K:13 No:2307 Okmeydanı - İst
www.goldencitymedia.com
alpazerus@goldencitymedia.com

İEF&D

Yetkili: İlhan Erkan
Tel: +90 532 255 56 18
Adres: Caferağa Mah. Yenifikir Sok. Moda Apt. B Blok 21/9 Moda / Kadıköy - İst
ilhanerkan@gmail.com

İLPEN

Yetkili: Ömer Karatemiz
Tel: +90 212 659 78 91
Adres: Mahmutbey Mah. 2510 Sok. No:1 İlpen Plaza Bağcılar - İst
www.ilpen.com.tr
omer.karatemiz@ilpen.com.tr

KAİZEN TEKNOLOJİ

Yetkili: Loran Özshakyan
Tel: + 90 532 488 33 63
Adres: Reşitpaşa Mah. Katar Cad. İTÜ Arı Teknokent 4 Binası No:2/50 İç Kapı No:6 Sarıyer - İst
www.kaizentech.net
loran@kaizentech.net

KDM AVM DANIŞMANLIK

Yetkili: Murat İzci
Tel: +90 212 269 01 50
Adres: Levent Mah. Çilekli Cad. No:28 3.Levent / Beşiktaş - İst
www.kdmavm.com.tr
info@kdmavm.com.tr

KOPERATİFF REKLAM AJANSI

Yetkili: Tolga Kayasu
Tel: +90 537 472 41 26
Adres: Piazza Residence
D:81 K:12 Maltepe – İst
www.koperatiff.com
tolga.kayasu@koperatiff.com

MARKİZ PATENT

Yetkili: Orhan Eriman
Tel: +90 212 347 62 55
Adres: Nispetiye Mah. Nispetiye
Cad. Levent İş Merkezi No:6 K:2
Beşiktaş - İst
www.markiz.com.tr
oe@markiz.com.tr

MAXIJETT

Yetkili: Ali Kazakan
Tel: +90 539 933 80 39
Adres: Siteler Mah. Onur Sit. 6258
Sok. No:20 Pamukkale - Denizli
www.maxijett.com.tr
ali@maxijett.com.tr

NEXT GEOGRAPHY

Yetkili: Fevzi Babalık
Tel: +90 212 276 22 33
Adres: Maslak Mah. Meydan Sok.
No:5 Spring Giz Plaza, Zemin Kat, 9
Nolu Bölüm Sarıyer - İst
www.nextgeography.com
info@nextgeography.com

NOVA GOLDEN FRANCHISE

Yetkili: Müjdat Güler
Tel: +90 532 179 74 15
Adres: Mecidiyeköy Yolu Cad.
Trump Towers No:12
Kule:2 Kat:18 Şişli - İst
www.novagroupholding.com
mg@novagroupholding.com

OMNi

Yetkili: Fırat Ertan
Tel: +90 444 66 64
Adres: Koşuyolu Mah.
Zaviye Sok. No:10
Kadıköy - İst
www.omni.com.tr
info@omni.com.tr

SOYSAL AVUKATLIK BÜROSU

Yetkili: Süleyman Soysal
Tel: +90 212 223 43 44
Adres: Haydar Aliyev Cad. No:23/1
Kireçburnu / Sarıyer - İst
www.soysal.av.tr
info@soysal.av.tr

STRATEJİK İŞLER

Yetkili: İsmail Haznedar
Tel: +90 212 942 87 78
Adres: Abide-i Hürriyet Cad.
No:211/64 Şişli - İst
www.stratejikisler.com.tr
ismail.haznedar@stratejikisler.com.tr

THE FRANCHISE COMPANY Türkiye

Yetkili: Aycan Helvacıoğlu
& Efraha Atacan
Tel: +90 212 801 31 30
Adres: NEF 09 Sultan Selim Mah.
Hümeyra Sok No:7 B Blok D:65
Kağıthane - İst
www.franchisecompany.com.tr
ahelvacioğlu@franchisecompany.com.tr
eatacan@franchisecompany.com.tr

YUTOMAT AI

Yetkili: Görkem Mergenay
Tel: +90 534 423 16 93
Adres: Ferhatpaşa Mah. 99. Sok.
No:65 Ataşehir - İst
www.yutomat.ai
gorkemmergenay@stntechnologies.com

	ASIR KURUYEMİS	44-45
UFRAD	ARBY'S	46
UFRAD	BAYRAMEFENDİ OSMANLI KAHVECİSİ	47
	BAFFETTO PIZZA	48-49
UFRAD	BEREKET DÖNER	50
	BREW MOOD COFFEE	51
UFRAD	BİBERZADE	52-53
UFRAD	BURGER KING	54
UFRAD	BURSA KEBAP EVİ	55
UFRAD	CAJUN CORNER	56-57
UFRAD	COFFEY	58-59
	COFFEETAINER	60
UFRAD	ÇENGELKÖY BÖREKÇİSİ	61
UFRAD	CUPS AND CLOUDS	62-63
UFRAD	ÇİĞKÖFTEM	64-65
UFRAD	DİLEK PASTANESİ	66-67
UFRAD	DOMİNO'S	68-69
	DOSPRESSO DONUT	70-71
UFRAD	DOYUYU!	72-73
	DÜRÜMCÜ ESNAF	74-75
	EDWARDS COFFEE	76-77
UFRAD	ERÇİYES BÖREK	78
UFRAD	GLORİA JEAN'S COFFEES	79
UFRAD	ESTO LAHMACUN	80-81
UFRAD	GURME MUTFAK	82
UFRAD	HACIOĞLU	83
	HATAYCA	84-85
UFRAD	HOT DÖNER	86-87
UFRAD	ICEBERRY	88
UFRAD	KOMAGENE	89
UFRAD	İRFAN USTA LAHMACUN	90-91
	KONUKLAR KÖFTE	92-93
UFRAD	KOZA ÇORBA	94-95
	KUMPIR BOX	96-97
	KÜNEFİTO	98-99
	LAHMACUN HOUSE	100-101
	KÖFTECİ RAMİZ	102
UFRAD	LANDMAN SCHNITZEL	103
	MADO	104-105
UFRAD	MARMARIS BÜFE 1964	106-107
UFRAD	MEŞHUR SAFRANBOLU LOKUM	108-109
UFRAD	MİKEL COFFEE TÜRKİYE	110
UFRAD	NALİA KARADENİZ MUTFAĞI	111
UFRAD	MR.KUMPIR	112-113
UFRAD	NEVADA COFFEE	114-115
	ONE TACOS	116-117
UFRAD	PANİSTA	118-119
	PARME İTALIAN STREET	120-121
UFRAD	PASAPORT PIZZA	122-123
	PELLEGRO COFFEE	124-125
	PERLO'S BURGER&MORE	126
UFRAD	PIZZA LAZZA	127
UFRAD	PIZZA MAX	128
UFRAD	POPEYES	129
	QUBO BURGER	130
UFRAD	SALOON BURGER	131
	QUBO COFFEE	132-133
UFRAD	SBARRO	134
UFRAD	ŞİMİT SARAYI	135
UFRAD	SR DÖNER	136
UFRAD	SUBWAY	137
	TARİHİ SARIYER BÖREK	138
	TATLICI KÖSE	139
	TERRA PIZZA	140-141
UFRAD	TREND DÜRÜM	142
UFRAD	USTA DÖNERCİ	143
UFRAD	USTA PİDECİ	144
UFRAD	WAFFLE ART	145
UFRAD	VAV WINGS	146-147
	WAFFLE'CI AKIN	148-149
	WHITE BURGER	150-151

	CEGGO	153
UFRAD	B-FIT	154-155
UFRAD	BİL OKULLARI	156-157
	BLC EĞİTİM	158-159
UFRAD	EMPA GAYRİMENKUL	160
UFRAD	EPA EMLAK	161
UFRAD	ENDLESS ABROAD YURT DIŞI EĞİTİM	162-163
UFRAD	FRANCHISE&MORE DANIŞMANLIK	164
	MİDAS	165
UFRAD	KRİSTAL TÜRKİYE	166-167
	MONKEY JUNGLE	168-169
UFRAD	NOVA GOLDEN	170
UFRAD	REMAX TÜRKİYE	171
UFRAD	TURPA	172
UFRAD	TÜRK BARTER	173
UFRAD	YANANLAR OTO	174-175

DANIŞMANLIK counseling

UFRAD	CDM DENETİM	186-187
UFRAD	FRANCHISE & MORE - DEVİRSEPETİ	188-189
UFRAD	İEF&D	190
UFRAD	STRATEJİK İŞLER	191
UFRAD	THE FRANCHISE COMPANY TÜRKİYE	192
	THE FRANCHISE OFFICE	193

YAYINA HAZIRLIK: GOLDEN CITY MEDIA

Perpa Tic. Mrk. B Blok
Kat : 13 No : 2307
Okmeydanı - İstanbul
Tel: 0212 320 00 34

www.goldencitymedia.com
info@goldencitymedia.com



UFRAD	KORKMAZ	177
UFRAD	CARREFOURSA	178-179
	PIERRE CASSI	180-181
	SCHAFFER	182
	TAKMA TAKMA	183
UFRAD	YUTOMATA I	184-185



İçindekiler / contents

UFRAD DESTEKÇİ ÜYELER	8-9
İçindekiler / contents	10
PROF.DR. MUSTAFA AYDIN	12-13
OSMAN FAİK BİLGE	14-15
ALPAY ERÜS	16-17
MUHAMMET NEZİF EMEK	18-19
ÖZGÜR ÇETİNKAYA	20-21
M.CEM HELVACI	22-23
EROL İSİK	24-25
ERÇAN YILMAZ	26-27
SÜLEYMAN TARAKÇI	28-29
KEMAL KARADAĞ	30-31
ÇİĞDEM MAKİROĞLU	32-33
İLHAN ERKAN	34-35
GÜRKAN DONAT	36-37
CÜNEYT KAÇAN	38-39
AV.SÜLEYMAN SOYSAL	40-41
GIDA	42
HİZMET	152
MAĞAZA	176
DANIŞMANLIK	186
FRANCHISING	194
UFRAD FRANCHISING DERNEĞİ	200
ULUSLARARASI FRANCHISE KURULUŞLARI	207

-burası tutar.

Bir sonraki şubenizi açmadan önce bu cümleyi sezgilerinizle değil GeoMarketing'le kurun kazancı garantileyin.

Müşterilerinizin nerede olduğunu, rakiplerinizin konumunu ve şehrin gizli cazibe merkezlerini tek bir ekranda Geomarketing'le keşfedin; lokasyon verilerini anlamlı içgörülere dönüştürerek işletmeniz için en kârlı noktayı, şehrin veriyle aydınlanan katmanları üzerinde belirleyin.

GeoMarketing, Freemium sürümüyle şimdi ücretsiz.

Şimdi deneyin.



KÜRESEL PAZARLARA AÇILMANIN STRATEJİK YOLU: FRANCHISING



Prof. Dr.
MUSTAFA AYDIN
Genel Başkan • President

Günümüz dünyasında ekonomik sınırlar gide-rek daha entegre hale geliyor. Küreselleşme ticaret ve aynı zamanda fikirlerin, markaların ve girişimcilik kültürünün de ülkeler arasında hızla yayılmasını sağlıyor. Bu yeni çağda markaların sürdürülebilir büyümesi için en önemli stratejilerden biri, uluslararası pazarlara akılcı ve güçlü modellerle açılabilmesidir. Franchising sistemi tam da bu noktada küresel büyümenin etkili ve kapsayıcı araçlarından biri olarak öne çıkmaktadır.

Franchising yalnızca bir iş modeli değildir; bilgi, deneyim ve güvenin paylaşılması üzerine kurulu bir iş birliği kültürüdür. Güçlü bir markanın sahip olduğu kurumsal bilgi birikimi, farklı ülkelerdeki girişimcilerin enerjisi ve yerel bilgisiyle birleştiğinde ortaya sürdürülebilir bir değer üretimi çıkar. Bu model markalara küresel ölçekte büyüme fırsatı sunarken yerel yatırımcılar için de güçlü ve güvenilir bir iş ekosistemi yaratmaktadır. Uluslararası Franchising yolculuğuna çıkan markalar için en kritik unsur sağlam bir kurumsal altyapıya ve sürdürülebilir bir iş modeline sahip olmaktır. Operasyonel süreçlerin net bir şekilde tanımlanması, marka standartlarının açık biçimde belirlenmesi ve güçlü eğitim sistemlerinin oluşturulması Franchising başarısının temel taşlarını oluşturur. Çünkü bir markanın değeri dünyanın neresinde faaliyet gösterirse göstereceği aynı kaliteyi, aynı güveni ve aynı deneyimi sunabilmesinde yatmaktadır. Küresel büyümenin bir diğer önemli boyutu ise doğru pazar ve doğru ortak seçimidir. Her ülke farklı kültürel dinamiklere, ekonomik yapıya ve tüketici alışkanlıklarına sahiptir. Bu nedenle uluslararası Franchising stratejisinin temelinde güçlü pazar analizleri, yerel dinamikleri anlayan iş ortakları ve uzun vadeli güven ilişkileri yer almalıdır. Yerel girişimcilerin pazar bilgisi ile markaların kurumsal deneyiminin birleşmesi küresel pazarlarda kalıcı başarıyı mümkün kılar. Öte yandan başarılı Franchising sistemleri yalnızca standartlaşma üzerine inşa edilemez; yerel pazara uyum üzerine de inşa edilir. Küresel marka kimliğini korurken faaliyet gösterilen ülkelerin kültürel ve ekonomik gerçekliklerini dikkate almak modern Franchising anlayışının en önemli prensiplerinden

biridir. Yerel tüketici beklentilerini anlamak ve hizmetleri bu doğrultuda uyarlamak küresel başarının vazgeçilmez bir parçasıdır. Türkiye son yıllarda Franchising alanında önemli bir gelişim göstermiştir. Türk markaları bugün Avrupa'dan Orta Doğu'ya, Balkanlar'dan Orta Asya, Amerika ve Afrika'ya kadar geniş bir coğrafyada büyümeye devam etmektedir. Bu başarı Türkiye'nin güçlü girişimcilik ruhunun, yenilikçi iş modellerinin ve marka üretme kapasitesinin bir yansımasıdır. Aynı zamanda Türkiye'nin stratejik konumu farklı ekonomik ve kültürel bölgeler arasında doğal bir köprü oluşturmaya fırsat tanımaktadır. Bu gelişim sürecinde UFRAD Franchising Derneği önemli bir misyon üstlenmektedir. UFRAD yalnızca Franchising sisteminin Türkiye'de doğru anlaşılmasını sağlamakla kalmamakta aynı zamanda etik standartların gelişmesine katkı sunarak markalar ile yatırımcıları buluşturan güçlü platformlar oluşturmaktadır. Düzenlenen fuarlar, zirveler ve uluslararası iş birlikleri sayesinde Türkiye Franchising alanında giderek bölgesel bir merkez haline gelmektedir. Ancak Franchising'in gerçek gücü yalnızca ekonomik büyümeyle ölçülemez. Franchising modeli, girişimciliği yaygınlaştıran, yeni istihdam alanları oluşturan ve yerel ekonomilerin gelişimine katkı sağlayan güçlü bir kalkınma aracıdır. Bu yönüyle Franchising markaların büyümesi yanında toplumların da güçlenmesini destekleyen kapsayıcı bir modeldir. Bugün küresel ekonomi yeni bir dönüşüm sürecinden geçerken iş dünyasının da daha fazla iş birliği, güven ve sürdürülebilir değer üretimi üzerine odaklanması gerekmektedir. Franchising bu yeni dönemde ülkeler arasında ekonomik ve kültürel bağları güçlendiren önemli bir köprü olmaya devam edecektir. Türkiye'nin güçlü markaları, girişimcileri ve dinamik iş dünyasıyla önümüzdeki yıllarda küresel Franchising ekosisteminde çok daha görünür bir rol üstleneceğine inanıyorum. Çünkü doğru vizyon, doğru ortaklıklar ve güçlü kurumlarla birlikte hareket edildiğinde sınırlar yalnızca haritalarda kalır. Hiçbir zaman unutmamalıyız: Doğru vizyon ve doğru ortaklıklarla kurulan her franchise, yalnızca yeni bir işletme değil, dünyayı birbirine bağlayan yeni bir köprü inşa eder.

THE STRATEGIC PATH TO GLOBAL MARKETS: FRANCHISING

In today's world, economic boundaries are becoming increasingly integrated. Globalization enables not only the expansion of trade but also the rapid spread of ideas, brands and entrepreneurial culture across countries. In this new era, one of the most important strategies for the sustainable growth of brands is the ability to enter international markets through smart and strong business models. At this point, the franchising system stands out as one of the most effective and comprehensive tools for global expansion.

Franchising is not merely a business model; it is a culture of collaboration built on the sharing of knowledge, experience and trust. When the institutional knowledge of a strong brand combines with the energy and local expertise of entrepreneurs in different countries, the result is sustainable value creation. While this model offers brands the opportunity to expand on a global scale, it also creates a strong and reliable business ecosystem for local investors. For brands embarking on the journey of international franchising, the most critical factor is having a solid corporate infrastructure and a sustainable business model. Clearly defining operational processes, establishing well-defined brand standards and creating strong training systems constitute the cornerstones of franchising success. This is because the value of a brand lies in its ability to deliver the same quality, the same trust and the same experience wherever it operates in the world. Another important dimension of global expansion is selecting the right market and the right partners. Each country has different cultural dynamics, economic structures, and consumer habits. Therefore, strong market analysis, business partners who understand local dynamics, and long-term relationships built on trust must form the foundation of any international franchising strategy. The combination of local entrepreneurs' market knowledge and brands' institutional experience makes sustainable success in global markets possible. On the other hand, successful franchising systems cannot be built solely on standardization; they must also be built on adaptation to local markets. While preserving a global brand identity, taking into account the cultural and economic realities of the countries in which operations take place

is one of the most important principles of the modern franchising approach. Understanding local consumer expectations and adapting services accordingly is an indispensable part of global success. In recent years, Türkiye has shown significant progress in the field of franchising. Turkish brands are now continuing to expand across a wide geography, from Europe to the Middle East, from the Balkans to Central Asia, as well as to the Americas and Africa. This success reflects Türkiye's strong entrepreneurial spirit, innovative business models, and its capacity to create powerful brands. At the same time, Türkiye's strategic location offers the opportunity to serve as a natural bridge between different economic and cultural regions. In this development process, the UFRAD Franchising Association plays an important role. UFRAD not only ensures that the franchising system is properly understood in Türkiye, but also contributes to the development of ethical standards while creating strong platforms that bring brands and investors together. Through organized fairs, summits, and international collaborations, Türkiye is increasingly becoming a regional hub in the field of franchising. However, the true power of franchising cannot be measured solely by economic growth. The franchising model is also a powerful development tool that promotes entrepreneurship, creates new employment opportunities and contributes to the growth of local economies. In this respect, franchising is an inclusive model that not only supports the growth of brands but also strengthens societies. Today, as the global economy undergoes a new phase of transformation, the business world must increasingly focus on cooperation, trust and sustainable value creation. In this new era, franchising will continue to serve as an important bridge that strengthens economic and cultural ties between countries. I believe that in the coming years, with its strong brands, entrepreneurs and dynamic business environment, Türkiye will assume a far more visible role within the global franchising ecosystem. Because when the right vision, the right partnerships and strong institutions come together, borders remain only on maps. Let us never forget: every franchise built on the foundation of the right vision and the right partnerships is not merely a new business, but a new bridge connecting the world.

FRANCHISE SEÇMEK

Öğrenmenin bedeli

Franchise vermenin üç doğrusu var, "doğru iş, doğru yer, doğru kişi". Müşterisi olmayan iş, yanlış yerde açılan dükkan, işi beceremeyen işletmeciyi para kazanamaz. Dükkanları para kazanamayan zincir ayakta kalamaz.

Franchise sisteminin başarısı, seçme becerisindedir. Franchise veren işinin hangi koşullarda çalışacağını, nerede çok satacağını, işi kimin becereceğini deneyimleriyle bilir. Bu deneyim genelde kan, ter ve gözyaşı ile kazanılmıştır. Baştan ayağa değiştirilen işletmeler, açılıp kapanan dükkanlar, batan, sistemden çıkarılan işletmeciler vardır geçmişinde. Öğrenmenin bedelini bazen franchise veren, bazen de franchise alanlar zarar ederek ödemiştir.

Öğrenmenin farklı yolları ve bedeli oluyor. Kolay yolu danışmanlık almak veya işi bileni işe almak. Başkalarının döktüğü kan, ter ve gözyaşı ile edinilmiş bilgiler, makul bir bedel karşılığında elde ediliyor. Uzun yolu ise deneyim kazanmak. Başkasının işinde çalışan zamanını harcıyor, kendi işinde deneme yanılma ile öğrenen parasını harcıyor. Deneyimle öğrenenin riski, bir işin değerine benzenemesi. "Şeytan detayda gizlidir" derler, her işin yapısı farklıdır, bir işte kazanılan deneyim başka işte geçerli olmayabilir. Dışarıdan bakıp her şeyi gördüğünü sanan genelde yanılıyor. Her işin kendi içinde dengeleri farklı, sorun yaşamayan göremiyor.

Özellikle bayilik ve satış işinden gelenler, franchise işinde eski deneyimi ile yanlış davranıyor. Birçok işte satış yapınca firmanın işi biter. Franchise işinde satınca iş başlar, sürekli bir destek verme ve bedel alma ilişkisi başlar. Yanlış kişiye yapılan satış başa bela olur. Büyüme döneminde işlek yerde üç yanlış işletmeciyi zinciri zora sokmaya yeter, kötü örnekleri herkes görür, işin tutmadığı düşünülür, adaylar çekinir, zincir büyüyemez.

Altın oran

Sağlıklı büyüyen franchise zincirlerinde başvurunun satışa dönme oranı %3 civarındadır. Yani 33 girişimci işi merak edecek, inceleyecek, başvuracak, hepsiyi görüşeceksiniz, tanışacaksınız, araştıracaksınız, yerlerini değerlendireceksiniz, sonra bunların 32'sine "uygun görmedik" deyip satmayacaksınız. Hayal gibi.. Satıcı ruhluları kendini tutamaz, malını abartır, alıcıyı kızıştırır, fiyatı düşürür, kapıya kadar gelen alıcıya satmak için çırpınır. Bu da markanın başına dert olur. Franchise verenlerin bilgileri internetten ulaşılır hale gelince satışın başvuruya oranı iyice düştü, 100-200 başvurudan biri satışa sonuçlanır oldu.

Sağlıklı büyüyen, markasına özen gösteren franchise zincirleri sorumlu davranıyor, özenle seçiyor. Ama yeni çıkan, hızlı para kazanmak isteyen, sorumsuz davranan zincirler bütün dünyada var. Franchise çağımızın sihirli sözcüğü, çok talep alıyor, yanlış iş, yanlış yer, yanlış kişi batışla sonuçlanıyor. Girişimcilerin markaya güvendikleri için kolay kandırılmaları franchise işinin tipik ve en büyük sorunu.

1950'lerde sorun yaşayan ABD, dünyadaki en sert yasayı çıkararak sektörü disipline soktu, zincirler güçlendi, dünyaya yayıldı. Avrupa Birliği ülkeleri mesleki ilkeler koydu, yumuşak yasalarla franchise alanları korudu. Bazı zincirler katı franchise kurallarına tabi olmamak, yükümlülük almamak için yaptıkları işe franchise demekten kaçındı, bayilik verdi. Avrupa Birliği sınırları kaldırdı ama, lisan ve kültür farkından ötürü zincirler büyüyemedi, Amerikan zincirleri kadar güçlü olmadı, Türkiye'de franchise yasası yok, Rekabet Kurulunun basit düzenlemeleri var, davalara Filki ve Sinai Haklar Mahkemesi bakıyor. Franchise alanları koruyan en ciddi düzenleme UFRAD'ın 1995'te Avrupa ve Amerika'daki mevzuatı alıp tüzüğüne işlediği Dürüstlük ve Açıklık ilkeleri. F&M ve

Aydın Üniversitesi ile kurduğu UFRAD Franchise Akademisinin franchise alanlara ve verenerlere verdiği eğitimler. UFRAD Üyelerinin franchise sistemlerini denetliyor, belgelendiriyor. UFRAD üyelerinden franchise almak belli bir güvence taşıyor.

Kurtlar, kuzular, kuşlar

F&M olarak biz franchise almak isteyen girişimcileri üçe ayırıyoruz. İşini bilen, menfaatini kollayan, markaya para ödemeyen "kurtlar", parasını işine yatıran, işinin başında durup çalışan "kuzular", hevesle gelen, hemen sıkılan, çalışsa bile yük taşıyamayan "kuşlar".

Franchise alanı seçerken, markanızı kurda kuşa kapırmayın diyoruz. Biri işinizi elinizden alır, öbürü işinizi ortada bırakır. Kuzulara franchise verirsiniz, zamanla işlerini geliştirir, birkaç tane daha franchise alırlar. Ama özleryi değışmez, büyüdükleryi zaman "kurt" değil, "koç" olurlar, yine çok çalışır, yine kazandıklarını paylaşırlar.

Çobanlar

Franchise alanların "kuzu" olmasını istiyorsa, franchise verener "çoban" olmalı. Çobanın da iyisi, kötüsü var. "Dürüst çoban" kuzularını sever, besler, korur. "Yağmacı çoban" kısın soğuşduğuna yünündü kırpar, baharda kuzulayınca sütünü sağlar. "Hırsız çoban" canı çektiğinde kuzunun birini kesip yer. "Acemi çoban" sürüyü ot bitmeyen yerlerde boşa dolaştırır aç bırakır. "Yalancı çoban" kendini olduğundan farklı gösterir, geleni kandırır. Biz kuzulara "bunlardan uzak durun" diyoruz.

Franchise alanların temel sorumluluğu, franchise ilişkisine girdikleri markayı doğru seçmek. Bunun için F&M olarak iki temel kriter öngörüyoruz. "Niyet" ve "Kabiliyet". Franchise vereni iyi tanıyın diyoruz. Sahibi kim, geçmişte ne işler yapmış, maddi durumu ne, ticaretle ve hayatta insanlara nasıl davranıyor, anlayın.

Niyeti kötüyse hiç yaklaşmayın. Dükkanların para kazanması, markanın tanınması, malının iyi olması sizi korumaz, franchise ilişkisinde denge verenden yanadır, niyet kötüyse yarı işler bozulur. Marka yönetme kabiliyeti yoksa hemen uzaklaşın. İşler bozulmadan dükkanınızı satın kurtulun. Para kazanan sektörlerle işi bilenerin saldırmaması kaçınılmazdır. Markanın bugün iş yapıyor olması yarı sizi korumaz, güçlü rakipler çıktığında zincir ezilir, yerinizi satamazsınız, zarar edersiniz.

Doğru seçim

Franchise verenerlere önerim, franchise satarken "proaktif" olmaları. Birinci adım yayılma planı ile bölgeleri ve sıralamayı belirlemek. İkinci adım franchise vermek istediği bölgede bolca tanıtım yaparak en fazla sayıda adayın başvurmasını sağlamak. Üçüncü adım adaylar arasından en uygun olanı seçmek. Altın oranı korumak için, birilerine önermek, ilk isteyene vermek bir yana, üç beş aday arasından seçmek bile yetmez. Seçim yaparken parası olana değil, işi en iyi yapabilecek olana öncelik vermek, gerekirse parasal konularda taviz vermek gerek. Markayı kurda kuşa kapırmamak, kuzularını bulmak gerek.

Franchise alanlara önerim, önce kendini tanıması, sonra işi araştırması. Neyi becereceğini tartıp, nerede zorlanacağını anlayıp, seveceği işe talip olması. Girişimci işini sevmese işine sarılmaz. Perakendecinin her detayla bizzat uğraşması gerekir, sevmeden yaptığı iş insanı yorar. İş araştırırken yapması gerekeler, benzer konumdaki franchise alanlarla konuşmak, gerçekçi beklentilerle yola çıkmak, her konuda franchise verenden bilgi istemek. Markanın sahibini ve yönetim ekibini tanımak, markanın yönetimi ve franchise alanlarla ilişkileri hakkında fikir edinmek.



OSMAN FAİK BİLGE
Başkan Yardımcısı
Vice President

CHOOSING A FRANCHISE

The Cost of Learning

There are three fundamentals to franchising: “the right business, the right location, the right person.” A business without customers, a store opened in the wrong location or an operator who lacks the necessary skills cannot make money. And a chain whose stores fail to generate profit cannot survive.

The success of a franchise system lies in the ability to select correctly. Franchisors know through experience, under what conditions their business works, where it sells best and who can successfully operate it. This experience is often earned through blood, sweat and tears. Their history usually includes businesses that were completely restructured, stores that opened and closed and operators who went bankrupt or were removed from the system. Sometimes the cost of learning was paid by the franchisor and sometimes by franchisees through financial losses.

There are different ways to learn and each comes with a cost. The easier way is to get consultancy or hire someone who knows the business. Knowledge gained through others’ blood, sweat and tears can be acquired for a reasonable price. The longer path is gaining experience firsthand. Someone working in another person’s business spends their time while someone learning through trial and error in their own business spends their money. The risk of learning through experience is that one business does not necessarily resemble another. As the saying goes, “the devil is in the details.” Every business has a different structure, and experience gained in one may not apply to another. Those who think they can understand everything just by observing from the outside are usually mistaken. Each business has its own internal balance and those who don’t face problems often fail to see them.

Especially those coming from dealership or sales backgrounds tend to act incorrectly in franchising by relying on their past experience. In many businesses, once the sale is made, the company’s job is done. In franchising, the real work begins after the sale a continuous relationship of support and ongoing fees starts. Selling to the wrong person becomes a serious problem. During a growth phase, three poorly managed operators in busy locations can be enough to put the entire chain at risk. Negative examples are visible to everyone, leading people to believe the concept doesn’t work; potential candidates hesitate, and the chain fails to grow.

The Golden Ratio

In healthy, well-growing franchise chains, the conversion rate from application to sale is around 3%. In other words, 33 entrepreneurs will show interest, research the business, and apply; you will meet all of them, get to know them, investigate their backgrounds, and evaluate their locations—then reject 32 of them as unsuitable. It sounds almost unrealistic. A person with a strong sales instinct struggles to hold back; they exaggerate their product, push the buyer, lower the price and do everything possible to close the deal with a customer who has come all the way to the door. But this ultimately creates problems for the brand. As franchisor information has become easily accessible online, the conversion rate has dropped even further, sometimes only one sale out of 100–200 applications. Well-managed franchise chains that grow sustainably and care about their brand act responsibly and select candidates carefully. However, there are also irresponsible chains worldwide—new entrants looking to make quick money. Franchising is a “magic word” of our time and attracts high demand, but the wrong business, wrong location, or wrong person leads to failure. The biggest and most typical problem in franchising is how easily entrepreneurs can be misled because they trust the brand. In the 1950s, the United States, facing serious issues in the sector, introduced one of the strictest legal frameworks in the world to discipline franchising. As a result, chains grew stronger and expanded globally. European Union countries, on the other hand, established professional principles and used softer regulations to protect franchisees. Some chains avoided calling their business model “franchising” in order to escape strict rules and obligations, instead opting for dealership systems. Although the European Union removed borders, differences in language and culture prevented chains from scaling effectively, and they never became as powerful as American chains.

In Turkey, there is no specific franchise law. There are only basic regulations by the Competition Authority, and disputes are handled by the Intellectual and Industrial Property Rights Courts. The most significant framework protecting franchisees comes from UFRAD, which incorporated the principles of Honesty and Disclosure into its charter

in 1995, based on European and American regulations. Additionally, the UFRAD Franchise Academy, established in cooperation with F&M and Aydin University, provides training for both franchisors and franchisees. UFRAD also audits and certifies the franchise systems of its members. Therefore, obtaining a franchise from a UFRAD member provides a certain level of assurance.

Wolves, Lambs and Birds

At F&M, we categorize aspiring franchisees into three groups. “Wolves” are those who know the business, protect their own interests and try to avoid paying the brand. “Lambs” invest their money into the business, stay committed and work diligently. “Birds” are enthusiastic at first but quickly lose interest; even if they try, they cannot carry the workload.

When selecting franchisees, we advise brands not to let their business fall into the hands of wolves or birds. One will take the business away from you; the other will abandon it halfway. If you grant franchises to lambs, they will gradually improve their operations and may even acquire multiple units over time. Their nature does not change, when they grow, they do not become “wolves,” but rather “rams”: they continue to work hard and share what they earn.

Shepherds

If franchisors want their franchisees to be “lambs,” they themselves must act as “shepherds.” And just like franchisees, there are good and bad shepherds. The “honest shepherd” cares for, nourishes, and protects the flock. The “exploitative shepherd” shears their wool in winter and milks them in spring. The “thieving shepherd” slaughters one whenever he feels like it. The “inexperienced shepherd” leads the flock through barren lands and leaves them hungry. The “deceptive shepherd” presents himself as something he is not and misleads newcomers. We advise franchisees to stay away from such types. The primary responsibility of a franchisee is to choose the right brand to partner with. At F&M, we suggest two key criteria: “intent” and “capability.” Get to know the franchisor well: Who are they? What have they done in the past? What is their financial situation? How do they treat people in business and in life?

If their intent is bad, stay away completely. Even if the stores are profitable, the brand is well-known, and the products are good, these will not protect you. In franchising, the balance of power lies with the franchisor; if their intent is bad, problems will arise sooner or later.

If they lack the capability to manage a brand, leave immediately. Sell your business before things deteriorate. It is inevitable that successful sectors attract capable competitors. The fact that a brand is doing well today does not guarantee your future. When strong competitors emerge, the chain may collapse, and you may not even be able to sell your location, resulting in losses.

The Right Choice

My advice to franchisors is to be proactive when selling franchises. The first step is to define expansion plans, including regions and priorities. The second step is to promote heavily in the targeted areas to attract as many applicants as possible. The third step is to select the most suitable candidate among them. To maintain the “golden ratio,” it is not enough to simply recommend someone or give the franchise to the first applicant; even choosing from a handful of candidates is insufficient. Selection should prioritize those most capable of running the business, not just those with money. If necessary, financial concessions should be made. The key is to avoid handing your brand over to wolves or birds and instead find the lambs. My advice to franchisees is to first understand themselves, then research the business. They should assess what they are capable of identifying where they might struggle and pursue a business they will genuinely enjoy. If an entrepreneur does not love their work, they will not fully commit to it. Retail requires hands-on involvement in every detail; doing a job without passion becomes exhausting. When researching a business, prospective franchisees should speak with existing operators in similar positions, set realistic expectations and request detailed information from the franchisor on every aspect. They should get to know the brand owner and management team and develop a clear understanding of how the brand is managed and how it interacts with its franchisees.

FRANCHISE MARKALARI İÇİN DİJİTAL İTİBAR YÖNETİMİ VE HİKÂYE OLUŞTURMA



ALPAY ERÜS
Genel Sekreter
General Secretary

Günümüzde bir markayla tanışmanın yolu çoğu zaman bir mağazadan içeri girmekten değil, telefon ekranına bakmaktan geçiyor. İnsanlar bir markayı denemeden önce internette yorumlara bakıyor, sosyal medyada paylaşılan deneyimleri inceliyor ve başkalarının ne söylediğini merak ediyor. Bu durum özellikle franchise markaları için çok önemli bir hale gelmiş durumda. Çünkü franchise sisteminde marka, birçok farklı şube aracılığıyla müşterileriyle buluşur ve her bir şube aslında markanın genel imajını temsil eder.

Bir müşterinin yaşadığı küçük bir deneyim bile dijital dünyada büyük bir etki yaratabilir. Memnun kalan bir müşteri bunu sosyal medyada paylaşabilir, olumlu yorumlar yazabilir ve çevresine tavsiye edebilir. Aynı şekilde olumsuz bir deneyim de kısa sürede çok sayıda kişiye ulaşabilir. İşte bu nedenle franchise markaları için dijital itibar yönetimi, artık bir seçenek değil, güçlü bir marka olmanın temel unsurlarından biri haline gelmiştir. Dijital itibar yönetimi aslında markanın müşterileriyle kurduğu ilişkinin dijital dünyadaki yansımadır. Online yorumları takip etmek, müşterilerin sorularına hızlı ve samimi şekilde cevap vermek, eleştirileri dikkate almak ve çözüm üretmek markaya olan güveni artırır. İnsanlar sorun yaşadıklarında markanın nasıl davrandığına çok dikkat eder. Yapıcı ve samimi bir yaklaşım çoğu zaman olumsuz bir deneyimi bile olumlu bir algıya dönüştürebilir. Franchise sisteminde önemli olan bir diğer konu ise tutarlılıktır. Bir müşteri İstanbul'da bir şubede yaşadığı deneyimin benzerini Ankara'da ya da İzmir'de de yaşamak ister. Markanın kalitesi, hizmet anlayışı ve iletişim dili bu yüzden her şubede aynı çizgide olmalıdır. Dijital dünyada bu tutarlılığı sağlamak için franchise markalarının ortak bir iletişim stratejisine sahip olması oldukça önemlidir. Sosyal medya paylaşımları, müşteriyle kurulan iletişim ve markanın dijital dili bu strateji doğrultusunda şekillendiğinde marka algısı daha güçlü ve güvenilir olur. Dijital dünyada güçlü bir marka olmanın bir diğer önemli yolu da hikâye anlatımıdır.

Çünkü insanlar sadece ürün ya da hizmet satın almaz; aynı zamanda kendilerini yakın hissettikleri markalara bağlanırlar. Bir markanın nasıl ortaya çıktığı, hangi amaçla kurulduğu, hangi değerleri temsil ettiği ve müşterilerine nasıl bir deneyim sunmak istediği aslında o markanın hikâyesini oluşturur.

İyi anlatılan bir marka hikâyesi insanlarda merak uyandırır ve markayı sıradan bir işletmeden daha anlamlı bir noktaya taşır. Örneğin küçük bir dükkândan doğan bir markanın yıllar içinde büyüyerek birçok şehirde şubeler açması, çalışanların emeğiyle gelişmesi ya da topluma katkı sağlayan projelere destek vermesi markanın hikâyesini daha güçlü hale getirir. Sosyal medya bu hikâyeyi anlatmak için oldukça güçlü bir alan sunar. Franchise markaları sadece ürün fotoğrafları paylaşmak yerine markanın arkasındaki insanları ve deneyimleri de görünür kılabilir. Bir çalışanın başarı hikâyesi, bir müşterinin memnuniyetle paylaştığı deneyim ya da bir şubenin yerel bir etkinliğe katkısı gibi paylaşımlar markayı daha samimi ve insani gösterir.

Bunun yanında müşterileri hikâyenin bir parçası haline getirmek de oldukça etkili bir yöntemdir. İnsanlar deneyimlerinin değer gördüğünü hissettiklerinde markayla daha güçlü bir bağ kurarlar. Yapılan küçük bir teşekkür paylaşımı ya da müşterilerin yorumlarını görünür kılmak bile markanın sıcak ve samimi bir iletişim kurmasına yardımcı olabilir.

Sonuç olarak dijital çağda markaların başarısı yalnızca sattıkları ürünle ölçülmüyor. İnsanlar artık markaların nasıl davrandığına, müşterileriyle nasıl iletişim kurduğuna ve hangi değerleri temsil ettiğine de dikkat ediyor. Franchise markaları için dijital itibar yönetimi ve güçlü bir hikâye anlatımı bu nedenle büyük önem taşıyor.

Doğru yönetilen bir dijital itibar ve içten bir marka hikâyesi sayesinde franchise markaları yalnızca daha fazla müşteri kazanmakla kalmaz; aynı zamanda markaya güvenen, markayla bağ kuran ve onu gönüllü olarak öneren bir topluluk da oluşturabilir. İşte gerçek marka gücü de tam olarak burada ortaya çıkar.

DIGITAL REPUTATION MANAGEMENT AND STORYTELLING FOR FRANCHISE BRANDS

Today, the first encounter with a brand rarely begins by stepping into a store, it begins by looking at a phone screen more often. Before trying a brand, people check online reviews, explore experiences shared on social media and become curious about what others have to say. This reality has become particularly significant for franchise brands. In a franchise system, a brand meets its customers through many different branches and each branch essentially represents the overall image of the brand. Even a small customer experience can create a major impact in the digital world. A satisfied customer may share their experience on social media, write positive reviews and recommend the brand to others. Likewise, a negative experience can quickly reach a large audience. For this reason, digital reputation management has become not just an option but one of the fundamental elements of building a strong brand for franchise systems.

Digital reputation management is essentially the reflection of the relationship a brand builds with its customers in the digital environment. Monitoring online reviews, responding to customer questions quickly and sincerely taking criticism seriously and offering solutions all increase trust in the brand. When people encounter problems, they pay close attention to how the brand responds. A constructive and sincere approach can often transform even a negative experience into a positive perception.

Another critical element in franchise systems is consistency. A customer who has a certain experience at a branch in Istanbul expects a similar experience in Ankara or Izmir. Therefore, a brand's quality, service approach and communication style should remain consistent across all branches. To ensure this consistency in the digital world, it is essential for franchise brands to have a unified communication strategy. When social media posts, customer interactions and the brand's digital voice are shaped according to this strategy, the brand perception becomes stronger and more reliable.

Another important way to build a strong brand in the digital world is through storytelling. People do not only buy products or services, they also connect with brands they feel close to. How a brand was founded, the purpose behind its creation, the values it represents and the kind of experience it aims to offer its customers together form the brand's story.

A well-told brand story sparks curiosity and elevates the brand beyond being an ordinary business. For example, the story of a brand that started as a small shop and gradually expanded to open branches in many cities, grew through the dedication of its employees, or supported projects that contribute to society can significantly strengthen its identity.

Social media provides a powerful platform to tell this story. Instead of sharing only product photos, franchise brands can also highlight the people and experiences behind the brand. Stories about an employee's achievements, a customer sharing a positive experience, or a branch contributing to a local event can make the brand appear more authentic and human.

At the same time, making customers part of the story is also a highly effective approach. When people feel that their experiences are valued, they build a stronger connection with the brand. Even a simple thank-you post or sharing customer feedback publicly can help create a warmer and more sincere communication with the audience.

In conclusion, in the digital age, a brand's success is no longer measured solely by the products it sells. People also care about how brands behave, how they communicate with their customers and the values they represent. For franchise brands, digital reputation management and effective storytelling therefore play a crucial role. With a well-managed digital reputation and a sincere brand story, franchise brands can achieve more than simply attracting more customers. They can also build a community of people who trust the brand, feel connected to it and willingly recommend it to others. This is where the true strength of a brand ultimately emerges.

SİSTEM Mİ, ŞANS MI? FRANCHISE MARKALARININ FİNANSAL KADERİ



MUHAMMET NEZİ̇ EMEK
Yönetim Kurulu Üyesi
Board Member

Franchising, doğru kurgulandığında yalnızca bir büyüme modeli değil; sermaye verimliliğini artıran, risk primini düşüren ve marka değerini yukarı taşıyan bir finansal mimaridir.

Ancak sahada gördüğümüz gerçek şudur: Benzer lokasyonlarda, benzer yatırım tutarlarıyla faaliyet gösteren iki markadan biri sürdürülebilir kârlılık üretirken diğeri nakit sıkışıklığı yaşar. Fark çoğu zaman pazarda değil, standartların finansal disipline dönüşmemiş olmasındadır.

Finansal Öngörülebilirlik: EBITDA Tesadüf Değildir

Standartlaşma yalnızca operasyonel bir rehber değildir. Doğru tasarlanmış SOP'ler, kapasite planları ve mali kontrol mekanizmaları doğrudan:

- EBITDA marjını,
- Yatırım geri dönüş süresini (ROI),
- Nakit dönüş hızını (Cash Conversion Cycle),
- Şube bazlı kârlılık tutarlılığını etkiler.

Aynı ciroyu yapan iki şubeden biri %18 EBITDA üretirken diğeri %9'da kalıyorsa, sorun çoğu zaman satış hacminde değil; maliyet kontrolünün sistematik hale getirilmemiş olmasındadır.

Finans kuruluşlarının ve yatırımcıların baktığı yer tam olarak burasıdır: Öngörülebilirlik.

- Standartlaşma arttıkça risk azalır.
- Risk azaldıkça finansmana erişim kolaylaşır.
- Finansmana erişim kolaylaştıkça büyüme hızlanır.

Bu zincir tesadüf değildir.

Kâr Hırsızları: Görünmeyen Marj Kaybı

Finansal başarı sadece ciroyu artırmak değil, brüt marjı koruyabilmektir. Standartlaşmış bir sistem; perakende ve hizmet sektörünün “gizli kâr hırsızları” olan zaman kaybını, hatalı işlem oranlarını ve stok düzensizliklerini disiplin altına alır. Bu yapı, markanın rekabeti sadece fiyatla değil, sistem gücüyle yönetmesini sağlar.

Franchise sistemlerinde en büyük tehdit düşük ciro değil, görünmeyen marj erozyonudur.

En sık karşılaşılan üç kırılma noktası:

- Şube bazlı fire ve stok kontrol eksikliği,
- Personel verimliliğinin ölçülmemesi,
- Brüt marjın anlık değil dönemsel takip edilmesi

Bu üç başlık kontrol altına alınmadığında, sistem büyüdükçe kârlılık oranı düşer. Büyüme devam eder, ancak değer üretimi zayıflar. Bu noktada rekabet fiyatla değil, sistem gücüyle yönetilir.

Dijital Standartlaşma: Sezgi Değil Veri

Bugün güçlü franchise ağları sezgiyle değil veriyle yönetilmektedir. Merkezi ERP altyapısı, şube bazlı anlık brüt marj takibi, personel başına ciro analizi ve nakit dönüş süresi ölçümü artık lüks değil, zorunluluktur.

Ancak burada kritik olan şudur: Katı bir merkezleşme değil, kontrollü esneklik. Yerel pazara uyum sağlayabilen ancak finansal çerçevesi merkezi olarak korunan sistemler sürdürülebilir büyüme üretir. Buna “akıllı standartlaşma” diyoruz.

Değerleme Çarpanı Neden Değişir?

Yatırımcı bir franchise markasına bakarken yalnızca bugünkü kâra bakmaz. Şuna bakar: “Bu sistem yönetici değiştiğinde de aynı performansı üretebilir mi?” Eğer cevap evet ise, marka daha yüksek çarpanla değerlendirilir. Eğer performans kişilere bağlıysa, değer düşer.

Bu nedenle standartlaşma yalnızca operasyonel güvence değil, doğrudan şirket değerini etkileyen stratejik bir kaldıraçtır.

Sonuç: Büyüme mi, Sağlam Büyüme mi?

Franchise sistemlerinde asıl ayrışma büyüme hızında değil, büyümenin kalitesinde ortaya çıkar. Şube sayısı artarken marj korunabiliyorsa, nakit akışı öngörülebilir kalıyorsa ve performans kişilere değil sisteme dayanıyorsa, orada tasarlanmış bir yapı vardır. Aksi durumda büyüme devam edebilir; ancak değer üretimi zayıflar. Bugün yatırımcıların ve finans kuruluşlarının baktığı temel soru şudur: Bu yapı, yöneticiler değişse de aynı performansı üretebilir mi? Standartlaşma bu sorunun cevabıdır. Ve çoğu zaman sorun pazarda değil, sistem tasarımıdır.

SYSTEM OR LUCK? THE FINANCIAL DESTINY OF FRANCHISE BRANDS

When properly designed, franchising is not merely a growth model; it is a financial architecture that enhances capital efficiency, reduces risk premiums and elevates brand value.

However, the reality we observe in the field is this: two brands operating in similar locations with comparable investment levels may achieve entirely different outcomes. While one generates sustainable profitability, the other struggles with cash flow constraints. The difference often lies not in the market itself, but in the failure to transform operational standards into financial discipline.

Financial Predictability: EBITDA Is Not a Coincidence

Standardization is not just an operational guideline. Properly designed SOPs, capacity planning, and financial control mechanisms directly influence:

- EBITDA margins
- Return on investment (ROI)
- Cash conversion cycle
- Consistency of branch-level profitability

If two branches generate the same revenue but one produces an 18% EBITDA margin while the other remains at 9%, the issue usually does not lie in sales volume but in the absence of a systematic cost control structure.

This is precisely where financial institutions and investors focus: predictability.

- As standardization increases, risk decreases.
- As risk decreases, access to financing becomes easier.
- As access to financing improves, growth accelerates.

This chain is not a coincidence.

Profit Thieves: Invisible Margin Loss

Financial success is not only about increasing revenue; it is about protecting gross margins. A standardized system disciplines the “hidden profit thieves” of the retail and service industries, time loss, transaction errors and inventory irregularities. This structure enables brands to compete not merely through pricing but through the strength of their systems.

In franchise systems, the greatest threat is not low revenue but invisible margin erosion.

The three most common breaking points on below:

- Lack of waste and inventory control at the branch level
- Failure to measure personnel productivity
- Monitoring gross margins periodically rather than in real time

When these factors are not controlled, profitability

declines as the system grows. Expansion may continue but value creation weakens. At this stage, competition is no longer managed through pricing alone but through system strength.

Digital Standardization: Data Over Intuition

Today, strong franchise networks are managed not by intuition but by data. Centralized ERP infrastructures, real-time branch-level gross margin tracking, revenue-per-employee analysis and cash conversion cycle measurement are no longer luxuries they are necessities. However the critical point is this: not rigid centralization but controlled flexibility.

Systems that can adapt to local market dynamics while maintaining centralized financial discipline are the ones that achieve sustainable growth. This is what we call smart standardization.

Why Valuation Multiples Change

When investors evaluate a franchise brand, they do not look solely at current profits. They ask a fundamental question:

“Can this system deliver the same performance even if management changes?”

If the answer is yes, the brand is valued at a higher multiple. If performance depends on specific individuals, the valuation declines.

For this reason, standardization is not merely an operational safeguard; it is a strategic lever that directly influences company value.

Conclusion: Growth or Solid Growth?

The real distinction in franchise systems is not the speed of growth but the quality of growth.

If the number of branches increases while margins remain protected, cash flow remains predictable, and performance depends on systems rather than individuals, then the structure has been intentionally designed.

Otherwise, expansion may continue—but value creation weakens.

Today, the fundamental question asked by investors and financial institutions is this:

Can this system deliver the same performance even if managers change?

Standardization provides the answer.

And most of the time, the problem lies not in the market but in the design of the system itself.

QSR FRANCHISING 'İNDE OPERASYONEL MÜKEMMELLİK: HIZ, VERİMLİLİK VE TEKNOLOJİ



ÖZGÜR ÇETİNKAYA
Yönetim Kurulu Üyesi
Board Member

Sektörde otuz yılı aşkın süredir aktif çalışan bir yönetici olarak, QSR alanının en köklü dönüşümünü son birkaç yılda yaşadığını söyleyebilirim. Tüketici beklentileri değişirken teknolojinin tüm kuralları yeniden belirlediğini hepimiz deneyimliyoruz. Bana göre bu yeni dönemde gerçek başarı, “operasyonel mükemmellik” anlayışının özünde yatıyor. Hızı, verimliliği ve teknolojiyi birbirinden bağımsız üç başlık olarak değil, tek bir stratejinin birbirine kenetlenmiş ve uyumlu üç halkası olarak ele almamız gerekiyor.

Bugün “hızlı servis” denince sadece hıza odaklanmıyoruz. Bu anlayış artık daha da zenginleşti ve farklı katmanlara sahip oldu. Dijital menü-board'lardan mobil siparişe, restoranlardaki dokunmatik kiosklerden eve teslimata uzanan her adımda müşterilerimiz şunu soruyor: “Bu şirket benim zamanıma saygı duyuyor mu?” Söz konusu dönüşümü bir tercih olarak değil, oyunun yeni kuralları olarak görüyorum. Aslında bu noktada, başta sözünü ettiğim hız, verimlilik ve teknoloji halkalarının birlikte ve uyum içinde çalışması belirleyici oluyor. Bence sektörümüzde başarının püf noktası şu: Hız, kaliteden ya da kişisel dokunuştan taviz verilerek değil, arka planda kusursuz işleyen bir sistemin, hatta bizdeki gibi eksiksiz ve entegre işleyen bir ekosistemin doğal sonucu olarak ortaya çıkmalı. Aksi hâlde hız kavramı, bir hizmet avantajından ziyade risk faktörüne dönüşebilir.

Sistemin görünmeyen ama en kritik parçası olan verimlilik konusunda, Franchising'in doğasında zaten bir standartlaşma olduğunu biliyoruz. Ben verimliliği yalnızca maliyetleri azaltma refleksi olarak görmüyorum; bunun ötesinde, kaynakları en akıllı biçimde kullanarak sürdürülebilir büyüme yaratma sanatı olarak tanımlıyorum. Tedarik zincirinden mutfak içi süreçlere, yatırım finansmanından personel planlamasına ve enerji yönetimine kadar her noktada, verimlilik, rekabet avantajını doğrudan belirliyor. Deneyimlerimden yola çıkarak, Franchise operasyonlarında, iş ortaklarına sadece bir çatı, marka yönetimi ve ürün sunmanın yeterli

olmadığını gördüm. O çatının altında her şeyin en verimli şekilde işleme için gereken araçları, tedarik güvenliğini, dijitalleşme yönetimini, insan kaynağı eğitimi ve yönetimini gerçek anlamda desteklemek gerekiyor. Türkiye'de sektör lideri olarak bu sorumluluğu her zaman birinci öncelik olarak tasıdığımız için mutluluk duyuyorum.

Yatırımlarımızı hiç kesmeden artırdığımız bir alan olan teknolojiyi, operasyonlarımızı destekleyen bir yardımcı araç değil, operasyonel mükemmelliğimizin tam kalbinde duran stratejik bir unsur olarak görüyoruz. Teknoloji, tüm bahsettiğim dönüşümün temel hızlandırıcısı ve belirleyicisi konumunda. Dijital sipariş kanalları, self-servis kiosk sistemleri, mobil uygulamalar, restoran yazılımları, veri analitiği ve yapay zekâ platformları sayesinde bugünün restoranları ve marka zincirleri çok daha öngörülebilir ve verimli yönetilebiliyor. Sektörümüzün dijital dönüşümünde beni en çok heyecanlandıran alan ise yapay zekâ destekli modeller. Hangi ürünün, hangi lokasyonda, hangi saatte ne kadar talep göreceğini doğru analiz edebildiğinizde stok yönetiminden tedarik taleplerine ve personel planlamasına kadar onlarca kararı veriye dayalı, önyargısız ve çok daha isabetli biçimde verebiliyoruz; kampanyalarımızı buna göre yönetebiliyoruz. Böylece tek bir araçla, örneğin yapay zekâ destekli bir yazılımla hem maliyetler azalıyor hem de müşteri memnuniyeti anında artıyor.

Sonuç olarak, bir QSR franchising modelinin uzun vadeli başarısının, güçlü bir sistem arka planı ile girişimci enerjinin doğru zeminde buluşmasına bağlı olduğuna inanıyorum. Hızlı hizmet sunmaya yönelik belirlenmiş standartların, teknolojinin etkin kullanımının ve verimlilik talebinin, yatırımcılar ve tüketiciler için her zaman kalıcı değerler ürettiğini gördüm. Bu üç kavramı, hızı, verimliliği ve teknolojiyi birbirini besleyen kapsamlı bir stratejinin parçaları olarak hayata geçirebilenler, sektörün “gerçekten iz bırakan oyuncularını” olacak.

OPERATIONAL EXCELLENCE IN QSR FRANCHISING: SPEED, EFFICIENCY, AND TECHNOLOGY

As an executive who has been actively working in the sector for over thirty years, I can say that the QSR industry has undergone its most profound transformation in the past few years. As consumer expectations evolve, we are all experiencing how technology is redefining the rules entirely. In my view, true success in this new era lies at the core of an “operational excellence” mindset. We need to approach speed, efficiency and technology not as three separate pillars, but as three tightly interconnected and harmonious components of a single strategy.

Today, when we talk about “quick service”, we no longer focus solely on speed. This concept has become richer and more layered. From digital menu boards to mobile ordering, from in-store touchscreen kiosks to home delivery, at every step our customers are asking: “Does this company respect my time?” I see this transformation not as a choice, but as the new rules of the game. At this point, the interplay of speed, efficiency, and technology, working together in harmony, becomes decisive. In my opinion, the key to success in our industry is this: speed should not come at the expense of quality or personal touch; rather, it should emerge as the natural outcome of a flawlessly functioning system, indeed, an integrated ecosystem like ours. Otherwise, speed risks becoming a liability rather than a service advantage.

When it comes to efficiency, the invisible yet most critical component of the system, we know that standardization is already embedded in the nature of franchising. I do not view efficiency merely as a reflex to reduce costs; rather, I define it as the art of creating sustainable growth by using resources in the smartest possible way. From supply chains to in-kitchen processes, from investment financing to workforce planning and energy management, efficiency directly determines competitive advantage at every level. Based on my experience, I have seen that in franchise operations, it is not sufficient to provide partners with just a framework, brand management

and product offerings. It is essential to truly support everything that ensures maximum efficiency under that framework: the right tools, supply security, digitalization management and the training and management of human resources. As the sector leader in Türkiye, I take great pride in always placing this responsibility at the top of our priorities.

We view technology, an area in which we have continuously increased our investments, not as a supporting tool, but as a strategic element at the very heart of our operational excellence. Technology is the main enabler and defining force behind the transformation I have described. Thanks to digital ordering channels, self-service kiosk systems, mobile applications, restaurant software, data analytics and artificial intelligence platforms, today’s restaurants and brand chains can be managed far more predictably and efficiently. The area that excites me most in our sector’s digital transformation is AI-powered models. When you can accurately analyze which product will be in demand, at which location and at what time, you can make dozens of decisions, from inventory management to supply planning and workforce scheduling, based on data, without bias, and with much greater accuracy; you can also manage your campaigns accordingly. In this way, with a single tool, such as AI-powered software, you can both reduce costs and instantly increase customer satisfaction.

In conclusion, I believe that the long-term success of a QSR franchising model depends on bringing together a strong system infrastructure and entrepreneurial energy on the right foundation. I have observed that clearly defined standards for fast service, the effective use of technology and a commitment to efficiency consistently create lasting value for both investors and consumers. Those who can implement these three concepts, speed, efficiency and technology, as parts of a comprehensive, mutually reinforcing strategy will be the ones who truly leave a mark on the industry.

DÜNYA LEZZETİNE FRANCHISE İLE YOLCULUK: ESKİ BİR TAT – YENİ BİR KONSEPT



M. CEM HELVACI
Yönetim Kurulu Üyesi
Board Member

Bazen bir lezzetin yolculuğu, yalnızca mutfakta değil; vizyonda, cesaretle ve doğru iş modelinde başlar. Geleneksel bir tadı koruyarak onu modern dünyaya taşımak ise gerçek başarı hikâyelerinin temelini oluşturur.

2010 yılında üç restoranla başlayan bu yolculuk, genç girişimcilerin inancı ve kararlılığıyla kısa sürede uluslararası bir büyüme hikâyesine dönüştü. Bugün 13 ülkede, 175'i aşkın şubesiyle faaliyet gösteren bu yapı; Türk mutfağını Türkiye'den İngiltere'ye, Almanya'dan Kanada'ya, Körfez ülkelerinden Pakistan'a kadar geniş bir coğrafyada temsil ediyor.

Her yıl 12 milyon misafiri ağırlayan, 1500 ton et tüketimi gerçekleştiren ve 2.500'den fazla kişiye istihdam sağlayan bu başarı, franchise siste-

minin ne kadar güçlü bir büyüme modeli olduğunu açıkça ortaya koyuyor.

Markanın en güçlü yönlerinden biri, gerçek ve köklü bir lezzeti; sık casual dining anlayışı, zengin menüsü, kaliteli hizmeti ve doğal, yerli ham maddelerle bir araya getirmesi. Böylece geleneksel tat, bugünün beklentilerine uygun yeni bir konsepte dönüşüyor.

Yatırımcıların güven duyduğu, AVM'lerin öncelikli tercihleri arasında yer alan bu yapı, yalnızca ticari başarıya değil; Türk misafirperverliğini ve mutfak kültürünü dünyaya taşıyan güçlü bir temsil modeline de işaret ediyor. Yolculuk yeni şubelerle genişlemeye devam ederken; Türkiye'nin gastronomi, turizm ve kültürel tanıtım vizyonuna da katkı sağlamayı sürdürüyor.

A JOURNEY TO GLOBAL FLAVORS THROUGH FRANCHISING: AN OLD TASTE – A NEW CONCEPT

Sometimes the journey of a flavor begins not only in the kitchen but also with vision, courage, and the right business model. Preserving a traditional taste while bringing it into the modern world forms the foundation of truly successful stories.

What began in 2010 with just three restaurants quickly evolved into an international growth story, driven by the belief and determination of young entrepreneurs. Today, with more than 175 branches across 13 countries, the brand represents Turkish cuisine across a wide geography, from Türkiye to the United Kingdom, from Germany to Canada, and from the Gulf countries to Pakistan.

Welcoming over 12 million guests annually, consuming 1,500 tons of meat each year, and providing employment for more than 2,500 people, this success

clearly demonstrates the strength of the franchise system as a powerful growth model.

One of the brand's greatest strengths lies in combining an authentic and deeply rooted flavor with a stylish casual dining concept, a rich menu, high-quality service, and natural, locally sourced ingredients. In this way, a traditional taste is transformed into a new concept that meets the expectations of today's consumers.

This structure, trusted by investors and among the preferred choices of shopping malls, represents not only commercial success but also a strong model that carries Turkish hospitality and culinary culture to the world. As the journey continues to expand with new branches, it also keeps contributing to Türkiye's vision in gastronomy, tourism, and cultural promotion.

DOĞRU TEMELLER ÜZERİNDE FRANCHISING: GÜVEN, REGÜLASYON VE MARKA DİSİPLİNİ



EROL IŞIK
Yönetim Kurulu Üyesi
Board Member

Franchising, yalnızca bir büyüme modeli değil; doğru kurulduğunda girişimciliği destekleyen, istihdam yaratan ve markaların sürdürülebilir biçimde yayılmasını sağlayan stratejik bir sistemdir. Ancak bu sistemin başarısı, hızdan çok doğru temellere dayanmasına bağlıdır. Güven, regülasyon bilinci ve marka disiplini olmadan kurulan franchise yapıları, kısa vadeli büyüme sağlasa bile uzun vadede hem yatırımcıya hem markaya hem de sektöre zarar verir.

Güven: Franchise Sisteminin Görünmeyen Sermayesi

Franchise ilişkisinin temelinde güven vardır. Yatırımcı, yalnızca bir isim hakkı değil; bir iş modeli, bir bilgi birikimi ve sürdürülebilir bir sistem satın alır. Bu güven; şeffaf fizibilite çalışmaları, gerçekçi yatırım bütçeleri, açık ve anlaşılır sözleşmeler ile inşa edilir. Abarlıklı ciro vaatleri, eksik maliyet tabloları veya henüz test edilmemiş operasyon modelleriyle yapılan franchise teklifleri, sistemin özüne aykırıdır. Güvenin olmadığı yerde denetim artar, çatışma çoğalır ve marka algısı zedelenir. Oysa güvenle kurulan franchise ilişkilerinde taraflar aynı hedefe odaklanır: uzun vadeli başarı.

Regülasyon: Zorunluluk Değil, Kalite Standardı

Franchise sistemlerinde regülasyon denildiğinde yalnızca yasal zorunluluklar değil, etik kurallar ve mesleki standartlar da anlaşılmalıdır. Gelişmiş franchise pazarlarında sektör, kendi kendini denetleyen mekanizmalar ve etik kodlar oluşturmuştur. Türkiye’de regülasyon bir engel değil, kaliteyi yükselten ve haksız rekabeti önleyen bir araç olarak görülmelidir. Kurallı ve şeffaf sistemler doğru yatırımcıyı çeker, doğru yatırımcı ise markayı güçlendirir.

Marka Disiplini: Büyümenin Kontrol Altında Tutulması

Franchise sistemlerinde en sık yapılan hatalardan biri, büyümeyi başarıyla karıştırmaktır. Çok sayıda şube açmak, güçlü bir marka olmak anlamına gelmez. Marka disiplini; standartların korunması, eğitim sistemlerinin sürekliliği, denetim mekanizmalarının etkinliği ve operasyonel tutarlılıkla sağlanır. Disiplinsiz büyüme, kısa sürede marka değerini aşındırır. Menüden hizmet kalitesine, tedarik zincirinden insan kaynağına kadar her alanda standartlardan sapmalar başlar. Oysa doğru planlanmış bir franchise sistemi, kontrollü büyür; gerekirse durur, kendini gözden geçirir ve yeniden güçlenerek yoluna devam eder.

Sürdürülebilir Franchising İçin Ortak Sorumluluk

Doğru temeller üzerinde kurulan franchising yapıları, yalnızca franchise verenin değil; yatırımcının, danışmanların ve sektör paydaşlarının ortak sorumluluğudur. Herkesin kazandığı bir sistem için kısa vadeli çıkarlar yerine uzun vadeli sürdürülebilirlik hedeflenmelidir. Bugün franchising sektörünün itibarı, yalnızca başarılı markalarla değil; yanlış uygulamalarla da şekillenmektedir. Bu nedenle etik duruş, şeffaflık ve disiplinli yapı anlayışı, sektörün geleceğini belirleyecek en önemli unsurlardır.

Sonuç olarak; franchising güven ister, kural ister ve disiplin ister. Bu üç unsur bir araya geldiğinde ortaya çıkan yapı, yalnızca büyüyen değil, kalıcı bir marka ve sağlıklı bir yatırım ekosistemi yaratır. Doğru temeller üzerine kurulan franchising hem bugünü hem de geleceği güvence altına alır.

BUILDING FRANCHISING ON SOLID FOUNDATIONS: TRUST, REGULATION AND BRAND DISCIPLINE

Franchising is more than just a growth model; when structured properly, it becomes a strategic system that fosters entrepreneurship, generates employment and enables the sustainable expansion of brands. However, the success of this system depends not on speed, but on being built on solid foundations. Franchise structures established without trust, regulatory awareness, and brand discipline may achieve short-term growth, but in the long run, they harm investors, the brand, and the industry as a whole.

Trust: The Invisible Capital of the Franchise System

Trust is the foundation of the franchise relationship. The investor purchases not only a brand name but also a proven business model, accumulated expertise, and a sustainable system. This trust is established through transparent feasibility analyses, realistic investment projections, and clear and comprehensible contractual agreements. Franchise offers based on exaggerated revenue promises, incomplete cost structures or operational models that have not yet been tested are contrary to the very essence of the system. Where trust is absent, the need for control increases, conflicts multiply, and the brand's reputation is damaged. In contrast, in franchise relationships built on trust, the parties focus on a common goal: long-term success.

Regulation: Not an Obligation, but a Quality Standard

In franchise systems, regulation should be understood not only as legal requirements but also as ethical rules and professional standards. In developed franchise markets, the industry has established self-regulatory mechanisms and ethical codes. In Türkiye, regulation should be regarded as a mechanism that elevates quality and prevents unfair competition rather than an obstacle. Rule-based and transparent systems attract the

right investors, who in turn reinforce the brand's strength.

Brand Discipline: Keeping Growth Under Control

A common mistake in franchise systems is confusing growth with success; opening a large number of outlets does not necessarily mean building a strong brand. Brand discipline is achieved through the protection of standards, the continuity of training systems, the effectiveness of audit mechanisms and operational consistency. Uncontrolled expansion quickly undermines brand value. Over time, deviations from established standards emerge in every area from product offerings and service quality to supply chain management and human resources. In contrast, a well-structured franchise system grows in a controlled and measured way; when necessary, it pauses, evaluates its performance and moves forward with renewed strength.

Working Together for Sustainable Franchising

Franchise systems established on sound foundations represent a collective responsibility shared by franchisors, investors, consultants, and industry stakeholders alike. To create a mutually beneficial ecosystem, long-term sustainability should be prioritized over short-term interests. Today, the reputation of the franchising sector is shaped not only by successful brands, but also by poor practices. Therefore, ethical conduct, transparency, and a disciplined structural approach are among the most critical factors that will determine the future of the industry.

In conclusion, franchising requires trust, clear rules and discipline. When these three elements come together, the result is not only growth but a lasting brand and a healthy investment ecosystem. Franchising built on solid foundations secures not only today, but the future as well.

TÜRKİYE'DE SOKAK LEZZETLERİ'NİN FRANCHISE MODELİNE EVRİMİ



ERCAN YILMAZ
Yönetim Kurulu Üyesi
Board Member

30 yılı aşkın bir süredir ülkemizde gastronomi alanında edindiğim tecrübeme dayanarak bu konu hakkındaki gözlemlerim şöyledir : Türkiye’de sokak lezzetleri, artık sadece köşe başındaki dumanı tüten basit tezgâhlardan ibaret değil. Geleneksel tatlar; profesyonel yönetim sistemleri ve modern pazarlama stratejileriyle birleşerek devasa birer franchise ağına dönüştü.

1. Seyyar Tezgâhtan Kurumsal Marka

KimliğineEskiden güven unsuru sadece mahallenin tanıdık esnafı üzerinden sağlanırken, bugün en büyük itici güç standardizasyon olmuştur. Tüketiciler artık ürünlerin nerede ve hangi koşullarda üretildiğini bilmek istemektedir. Franchise modelleri, ISO ve HACCP gibi belgelerle ve modernize fabrikalarda üretim yoluyla bu güveni kurumsallaştırmaktadır. Eskinin derme çatma tezgahlarının yerini, mimari projeleri çizilmiş ve sosyal medyada aktif kurumsal mekanlar almıştır.

2. Lokomotif Ürünler

Bazı ürünler bu dönüşümün bayraktarlığını yapmıştır:

Çiğ Köfte: Etin yasaklanmasıyla “etsiz çiğ köfte” bir sektöre dönüşmüş ve her

mahallede bir franchise şubesi açılmıştır.

Midye & Kokoreç: Eskiden sadece gece ve sokakta bulunan bu tatlar, artık AVM’lerde ve prestijli caddelerde zincir restoran mantığıyla sunulmaktadır.

Döner: “Yeni Nesil Döner” akımlarıyla fast-food dinamiklerine uyum sağlanmış; tavuk döner online platformlarda en çok satılan yemek olarak liderliğini korumuştur.

3. Neden Franchise?

Bu evrimin arkasında düşük maliyet ve yüksek getiri gibi güçlü motivasyonlar vardır. Menü kısıtlı olduğu için personel eğitimi ve stok yönetimi daha basittir. Ayrıca merkezi mutfaklarda hazırlanan ürünlerin soğuk zincirle dağıtılması, lezzet standardının Türkiye’nin her yerinde aynı kalmasını sağlamaktadır.

4. Küresel Potansiyel ve Eleştirel Bakış

Türk sokak lezzetleri bugün Berlin’den New York’a kadar franchise modeliyle ihraç edilerek Türkiye’nin “yumuşak güç” unsurlarından biri haline gelmiştir. Ancak bu dönüşümün en büyük riski, “sokak ruhunun” kaybolmasıdır. Standardlaşma güven getirirse de, mekanik hizmet anlayışı bazı gurme tüketiciler için bir kayıp olarak görülebilir.

THE EVOLUTION OF STREET FOOD INTO FRANCHISE MODELS IN TÜRKİYE

Based on my observations and more than 30 years of experience in the gastronomy sector in Türkiye, I would like to share the following insights : Street food in Türkiye is no longer limited to simple, smoke-rising stalls found on street corners. Traditional flavors have gradually combined with professional management systems and modern marketing strategies, transforming into large-scale franchise networks.

1. From Street Stalls to a Corporate Brand Identity
In the past, trust was built through familiar local vendors, but today, the strongest driving force is standardization. Consumers now want to know the production conditions of their food. Franchise models institutionalize this trust through ISO and HACCP certifications and modernized facilities. Improvised stalls have been replaced by architecturally planned venues with corporate logos and a strong social media presence.

2. Flagship Products

Certain products have led this transformation:

Çiğ Köfte: With the prohibition of meat, “meatless çiğ köfte” evolved into an industry with branches in almost every neighborhood.

Midye & Kokoreç: Once found only at night on the streets, these are now served in prestigious shopping malls and avenues as chain restaurants.

Döner: “New Generation Döner” has modernized traditional tastes; chicken döner consistently remains the best-selling dish on online delivery platforms.

3. Why Franchise?

The model is driven by low investment costs and high returns compared to fine-dining restaurants. Operational simplicity, including easier staff training and inventory management due to limited menus, is a key advantage. Centralized production and cold-chain logistics ensure that quality standards are maintained across all locations in Türkiye.

4. Global Potential and Critical Perspective

Turkish street foods like simit, döner, and midye are now exported globally, contributing to Türkiye’s “soft power” and cultural influence. However, a significant risk is the possible loss of the authentic “street spirit”. While standardization brings consistency, the resulting mechanical service approach may be perceived as a loss of authenticity by some consumers.

YEREL LEZZETLERDE FRANCHISING: DENEYİM ODAKLI BÜYÜME



SÜLEYMAN TARAKÇI
Yönetim Kurulu Üyesi
Board Member

Yerel lezzetler, bu ülkenin ruhunu, kültürünü ve binlerce yıllık birikimini temsil eden en güçlü miraslardan biri. Gastronomi sektöründe yıllardır edindiğim tecrübeler bana gösterdi ki, günümüz tüketicisi artık sadece kaliteli bir ürünle tatmin olmuyor; tattığı lezzetin köklerini merak ediyor, ardındaki hikâyeyi duymak istiyor, mekâna girdiğinde bir atmosferle karşılaşmayı, bir kültüre temas etmeyi bekliyor.

Bu nedenle yerel lezzetlerin franchising modeliyle büyümesi, sadece iş dünyasının bir stratejisi değil, aynı zamanda kültürel bir değer taşıma biçimi hâline geldi. Anadolu'nun her bölgesi kendine özgü bir mutfak geleneğine sahip ve bu gelenekler uzun yıllar boyunca aile işletmeleri, ustalar ve küçük esnaf tarafından yaşatıldı. Bugün bu birikimi modern tüketim alışkanlıklarıyla buluşturduğumuzda ortaya gerçekten ciddi bir potansiyel çıkıyor. Yerel lezzetler artık yalnızca buldukları şehirlerde değil, doğru bir marka kurgusu ve iyi bir operasyon yönetimiyle ulusal hatta uluslararası pazarlara taşınabilir hâle geldi.

Franchising sistemi burada kilit rol oynuyor; çünkü büyürken standardizasyonu, kaliteyi, operasyonel kolaylığı ve marka tutarlılığını sağlayan en etkili yapı hâline dönüşüyor. Ancak artık gastronomide yeni bir gerçekliği kabul etmek gerekiyor: Deneyim, ürünün kendisi kadar değerli, hatta çoğu zaman belirleyici. Müşteriler mekâna adım attığı andan itibaren bir yolculuğa çıkmak istiyor. Sadece “yöresel bir yemek” yemek değil, o yemeğin temsil ettiği kültürü hissetmek, mekânın atmosferiyle, sunumuyla, hikâyesiyle bir bütünlük yaşamak istiyor. Bu nedenle yerel lezzetlerin franchising yolculuğunda hikâyeyi sahiplenmek en kritik unsurlardan biri. Her lezzetin bir kökeni, bir ustası, bir geleneği vardır; bu hikâyeyi doğru anlatan marka, müşterisiyle duygusal bir bağ kurmakta zorlanmaz. Otantik atmosferin önemi de burada devreye giriyor. Dekordan menü sunumuna kadar her detay, o yörenin ruhunu doğru şekilde yansıtmalı. Bir marka, hangi şehirde olursa olsun tüketicisine aynı kültürel hissi yaşatabildiğinde gerçek anlamda değer yaratmış olur. Bunun yanında şeffaf üretim ve güven konusu da günümüzde büyük önem taşıyor. Tüketici artık yediği ürünün nereden geldiğini, nasıl hazırlandığını görmek istiyor. Açık mutfak konsepti, güvenilir

tedarik zinciri ve şeffaf üretim süreçleri, özellikle yerel lezzet markalarında müşteri bağlılığını güçlendiren unsurlar arasında yer alıyor. Deneyimin dijitalle desteklenmesi ise çağımızın gerekliliği. Mobil sipariş sistemleri, dijital sadakat uygulamaları, markanın hikâyesini anlatan sosyal medya içerikleri; fiziksel deneyimi tamamlayan ve markayı güncel tutan araçlar hâline geldi. Yatırımcı tarafına baktığımızda ise yerel lezzet markalarının franchising modeli, güçlü bir fırsat sunuyor. Yüksek talep gören, kültürel değeri olan, müşteri sadakati güçlü ve niş bir pazarda konumlanan bu markalar, doğru yönetildiğinde yüksek kârlılık potansiyeli taşıyor. Optimize edilmiş menüler, düşük metrekareli konseptlerin uygulanabilirliği, tedarik maliyetlerinin kontrol edilebilir olması, yatırımcıya hem esneklik hem de sürdürülebilir kârlılık sağlıyor.

Benim için franchisingde başarılı büyümenin üç temel şartı vardır: standardizasyon, eğitim ve yenilik. Özellikle reçete sisteminin standardizasyonunu tamamlamış bir yapıda, her şubede aynı kaliteyi sunabilmek artık bir hedef değil, sürdürülebilir bir operasyon disiplinine dönüşüyor. Tedarik zincirinde oluşabilecek aksaklıkları marka bazında minimize edecek sistemleri kurduğunuzda ise büyüme daha kontrollü ve sağlıklı ilerliyor. Bugün dört şubeli operasyon içinde edindiğimiz saha deneyimi bana şunu net şekilde gösterdi: Usta-çırak kültürünü modern eğitim sistemleriyle destekleyip kültürel kökleri kaybetmeden yenilik yapabilen markalar için büyüme sadece mümkün değil; doğru yapı kurulduğunda kaçınılmaz hâle geliyor. Bir marka bu üç ayak üzerinde sağlam durabiliyorsa büyümesi sadece mümkün değil; kaçınılmazdır. Yerel lezzetlerde franchising, benim gözümde yerelden evrensele uzanan bir köprü gibidir. Doğru yönetildiğinde hem kültürü taşır hem markayı güçlendirir hem de yatırımcı için uzun vadeli bir değer yaratır. Bugün gastronomi dünyasında fark yaratan markalar, köklerini koruyan ama çağın beklentilerine uyum sağlayan markalardır.

Bu nedenle yerel lezzetlerin franchising ile büyümesi sadece bir ticari model değil, kültürel bir misyondur ve ben bu misyonun gelecekte çok daha fazla markayı ulusal ve uluslararası arenada başarıyla konumlandıracağına yürekten inanıyorum.

FRANCHISING IN LOCAL FLAVORS: EXPERIENCE-ORIENTED GROWTH

Local flavors are among the strongest legacies representing the spirit, culture, and thousands of years of heritage of this country. My years of experience in the gastronomy sector have shown me that today's consumers are no longer satisfied with just a high-quality product; they are curious about the roots of the flavors they taste, want to hear the story behind them and expect to encounter an atmosphere and connect with a culture when they step into a venue.

For this reason, the growth of local flavors through the franchising model has become not only a business strategy but also a way of carrying cultural value forward. Every region of Anatolia has its own unique culinary tradition and these traditions have been preserved for many years by family businesses, master chefs and small local tradespeople. Today, when we bring this accumulated heritage together with modern consumption habits, a truly significant potential emerges. Local flavors are no longer confined to the cities where they originated; with the right brand positioning and strong operational management, they can now be carried into national and even international markets.

The franchising system plays a key role here, as it becomes the most effective structure for ensuring standardization, quality, operational efficiency and brand consistency while scaling. However, we now need to acknowledge a new reality in gastronomy: experience is as valuable as the product itself, often even more decisive. From the moment customers step into a venue, they want to embark on a journey. They do not simply want to eat a "local dish", they want to feel the culture it represents and experience a sense of wholeness through the venue's atmosphere, presentation, and story. For this reason, embracing and owning the story becomes one of the most critical elements in the franchising journey of local flavors. Every flavor has an origin, a master and a tradition; a brand that tells this story effectively will have little difficulty in building an emotional connection with their customers. This is where the importance of an authentic atmosphere comes into play. From the decor to the menu presentation, every detail should accurately reflect the spirit of that region. When a brand can deliver the same cultural feeling to its customers, no matter which city it operates in, it truly creates lasting value. In addition, the transparency in production and trust have become increasingly important on these days. Consumers want to see where the products they consume

come from and how they are prepared no longer. The open-kitchen concept, a reliable supply chain and transparent production processes are among the key factors that strengthen customer loyalty, particularly for local flavor brands. Supporting the experience with digital elements is a necessity of our time. Mobile ordering systems, digital loyalty applications and social media content that tells the brand's story have become tools that complement the physical experience and keep the brand current. From an investor's perspective, the franchising model of local flavor brands offers a strong opportunity. These brands which positioned in a niche market with high demand, strong cultural value and loyal customer bases, carry significant profitability potential when managed effectively. Optimized menus, the feasibility of low-square-meter concepts and the controllability of supply costs provide investors with both flexibility and sustainable profitability.

For me, there are three fundamental pillars of successful growth in franchising: standardization, training and innovation. In a structure where the standardization of the recipe system has been fully established delivering the same level of quality across every branch is no longer merely a goal, it becomes a sustainable operational discipline. When you establish systems that minimize potential disruptions in the supply chain at the brand level, growth progresses in a more controlled and sustainable manner. Our fields experience gained through operating four branches has clearly shown me this: for brands that support the master-apprentice tradition with modern training systems and innovate without losing their cultural roots, growth is not only possible when the right structure is established it becomes inevitable.

If a brand can stand firmly on these three pillars, its growth is not only possible, its inevitable. In my opinion, franchising in local flavors is like a bridge extending from the local to the global. When managed properly, it both carries culture forward, strengthens the brand and creates long-term value for investors. Today, the brands that make a difference in the world of gastronomy are those that preserve their roots while adapting to the expectations of the modern era. For this reason, the growth of local flavors through franchising is not merely a commercial model but a cultural mission and I sincerely believe that this mission will position many more brands successfully in both national and international arenas in the future.

GAYRİMENKULDE FRANCHISE MODELİ: YEREL UZMANLIKTAN ULUSAL GÜÇE



KEMAL KARADAĞ
Yönetim Kurulu Üyesi
Board Member

Gayrimenkul sektöründe edindiğimiz saha ve yönetim tecrübesi bana şunu net biçimde gösterdi: Bu işte kalıcı başarı yalnızca güçlü bir marka olmakla sağlanmıyor. Asıl belirleyici unsur, yerel dinamikleri doğru okuyabilmek ve o yerel bilgiyi güçlü bir sistemle destekleyebilmektir. Franchise modeli, tam da bu iki unsuru bir araya getiren stratejik bir yapıdır.

Her bölgenin kendi ekonomik gerçekliği, müşteri davranışı ve fiyat dengesi vardır. Aynı şehir içinde bile semt bazında değişen beklentiler söz konusudur. Bölgesini iyi tanıyan bir girişimci, o mahallenin yatırım potansiyelini, alıcı profilini ve gelişim akslarını en doğru şekilde analiz edebilir. Ancak bu bilgi, kurumsal bir altyapıyla desteklenmediği sürece ölçülemez ve sürdürülebilir hale gelmesi zorlaşır.

Franchise sistemi, yerel uzmanlığı güçlü bir organizasyon yapısıyla buluşturur. Eğitim programları, standart operasyon süreçleri, dijital CRM altyapısı ve merkezi pazarlama desteği sayesinde yerel ofisler daha sistemli, daha ölçülebilir ve daha rekabetçi bir yapıya kavuşur. Bu yapı hem danışmanların performansını artırır hem de müşteriye sunulan hizmet kalitesini belirli bir standarda taşır. Benim bakış açım göre franchise modeli, bireysel çabayı kurumsal güce dönüştüren bir kaldıraçtır. Yerelde güçlü olan bir ofis, ulusal bir ağına parçası olduğunda daha geniş bir portföy havuzuna, daha yüksek marka bilinirliğine ve şehirler arası müşteri trafiğine ulaşır. Bu da doğrudan işlem hacmine ve güven algısına yansır.

Günümüzde rekabet yalnızca mahalle ölçeğinde değil, dijital platformlarda ve ulusal ölçekte yaşanıyor. Artık veri yönetimi, dijital

görünürlük ve kurumsal itibar belirleyici faktörler arasında. Franchise modeli, ölçek ekonomisi yaratarak yerel girişimcinin tek başına ulaşamayacağı bir etki alanı sağlar. Ortak reklam çalışmaları, merkezi kampanyalar ve güçlü bir marka algısı, yerel ofisin gücünü katlar.

Elbette bu model yalnızca ticari avantaj üretmez, aynı zamanda sektörde güven ve şeffaflık kültürünü de güçlendirir. Standart sözleşme süreçleri, etik çalışma ilkeleri ve merkezi denetim mekanizmaları, hem yatırımcı hem alıcı hem de satıcı için daha güvenli bir işlem ortamı oluşturur. Gayrimenkul gibi yüksek değerli işlemlerin söz konusu olduğu bir sektörde bu güven unsuru hayati öneme sahiptir.

Franchise sistemi, girişimciliği sınırlandıran değil, onu disipline eden bir yapıdır. Kendi işinin sahibi olan girişimci, aynı zamanda güçlü bir organizasyonun parçası olur. Bu sayede enerjisini sistem kurmaya değil, müşteri ilişkilerine, portföy geliştirmeye ve yerel pazardaki büyümeye odaklayabilir. Bugün geldiğimiz noktada görüyorum ki yerel bilgiyi kurumsal güçle birleştiren yapılar, sektörde daha sağlam ve sürdürülebilir bir konum elde ediyor. Gayrimenkulde franchise modeli, yerel uzmanlığın değerini koruyarak onu ulusal hatta uluslararası ölçekte rekabet edebilir bir seviyeye taşıyan güçlü bir iş modelidir.

Yerelden doğan bilgi, doğru sistemle birleştiğinde yalnızca bulunduğu bölgeyi değil, çok daha geniş bir pazarı etkileyebilecek bir güce dönüşür. Bana göre sektörün geleceği, yerel uzmanlık ile kurumsal disiplin arasındaki dengeyi doğru kurabilen yapılarda şekillenecektir.

FRANCHISING MODEL IN REAL ESTATE: FROM LOCAL EXPERTISE TO NATIONAL STRENGTH

Through our operational and managerial experience in real estate, I have clearly observed that: Will be a strong brand by itself is not sufficient to achieve lasting success in this industry. The key determining factor is the ability to accurately understand local dynamics and support that local insight with a strong system. The franchise model is a strategic structure that brings these two elements together.

Each region has its own economic reality, customer behavior and pricing balance. Even within the same city, expectations vary from one district to another. An entrepreneur who knows their region well can accurately analyze the investment potential of that neighborhood, the customer profile and its development trends. However, this knowledge is not supported by a corporate infrastructure, it becomes difficult to scale and sustain it.

The franchise system brings together local expertise with a strong organizational structure. Through training programs, standardized operational processes, digital CRM infrastructure and centralized marketing support, local offices gain a more structured, more measurable and more competitive structure. This structure not only enhances the performance of consultants but also brings the quality of service provided to customers up to a consistent standard.

From my perspective, the franchise model is a lever that transforms individual effort into corporate strength. When a locally strong office becomes part of a national network, it gains access to a broader portfolio pool, higher brand recognition and intercity customer flow. This directly translates into increased transaction volume and a stronger perception of trust.

Today, competition is no longer limited to the neighborhood level; it takes place on digital platforms and at the national scale. Data management, digital

visibility and corporate reputation are now among the key determining factors. The franchise model creates economies of scale, providing a sphere of influence that a local entrepreneur could not achieve alone. Joint advertising efforts, centralized campaigns and a strong brand perception multiply the strength of the local office.

Of course, this model not only generates commercial advantages but also strengthens the culture of trust and transparency within the sector. Standardized contract processes, ethical working principles, and centralized audit mechanisms create a safer transaction environment for investors, buyers and sellers alike. In a sector where high-value transactions such as real estate are involved, this element of trust is of vital importance.

The franchise system is not a structure that restricts entrepreneurship; rather, it is one that disciplines and strengthens it. An entrepreneur who owns their own business also becomes part of a strong organization. In this way, they can focus their energy not on building a system but on customer relationships, portfolio development and growth in the local market.

At the point we have reached today, I see that structures that combine local knowledge with corporate strength achieve a more solid and sustainable position in the sector. The franchise model in real estate is a powerful business model that preserves the value of local expertise while elevating it to a level that can compete on a national and even international scale.

Knowledge that originates locally, when combined with the right system, transforms into a power that can influence not only its immediate area but also a much broader market. In my view, the future of the sector will be shaped by structures that can establish the right balance between local expertise and corporate discipline.

MARKALARDA FRANCHISE BAŞARISI: İÇERİDE KURULAN DUYUSAL BAĞIN YARATTIĞI KALICI DEĞER



ÇİĞDEM MAKİROĞLU
Yönetim Kurulu Üyesi
Board Member

Franchise ağıları sözleşmeyle kurulur, bağ ile büyür. Finansal disiplin dengeyi sağlar. Dijital altyapı operasyonu hızlandırır. Hukuk çerçevesini çizer, muhasebe şeffaflığı güvence altına alır, finans nakit akışını yönetir. Marka yönetimi konumlandırmayı inşa eder, operasyon sahada standartla yaşatır. Sistem tasarlanır, süreç yazılır, teknoloji entegre edilir. Ancak kalıcılığı belirleyen teknik kusursuzluk değil, kurumsal bilinçtir. Teknoloji hız kazandırır; insan anlam kazandırır.

Franchise modeli standartlara dayanır. Fakat standartların değere dönüşmesi, onları uygulayan yaklaşım ile mümkündür. Prosedür düzen kurar; davranış kültürü inşa eder. Gerçek güç, teknik mükemmeliyet ile insani bağlılığın uyumunda ortaya çıkar.

Sözleşme Disiplini ve Yönetim Bilinci

Franchise sözleşmeleri; marka kullanım haklarını, operasyonel standartları, denetimi ve finansal yükümlülükleri netleştirir. Bu yapı düzen sağlar. Kalıcı performansı ise yönetim yaklaşımını belirler.

Markayı uzun vadeli değer ortaklığı olarak gören anlayış, standartları maliyet değil yatırım olarak konumlandırır. Eğitim gelişime dönüşür. Operasyonel disiplin kaliteyi sürdürülebilir kılar. Finansal planlama yalnızca denge değil, itibar üretir.

Bağlılık arttıkça kontrol ihtiyacı azalır. Kontrol azaldıkça iç akış güçlenir. Bu uyum yönetim maliyetini düşürür, öngörülebilirliği artırır. Sürdürülebilir başarı; sözleşme disiplini ile yönetim bilincinin birlikte çalıştığı noktada doğar.

Stratejik Bağ ve Finansal Etki

Franchise sistemlerinde duygusal bağ, ölçülebilir sonuç üretir. Karar süreçlerine katılım sahiplenmeyi artırır. Şeffaflık iletişim ortak aklı besler. Tutarlılık itibarı derinleştirir. Royalty akışı istikrar kazanır. Yatırımlar vizyonla planlanır. Kurumsal bütünlük güçlendikçe enerji savunmaya değil, gelişime yönelir. Sistem yalnızca büyümeyi; olgunlaşır. Duygusal bağlılık, finansal istikrarın görünmeyen teminatıdır.

Sahadaki Enerji: Markanın Yaşayan Yüzü

Franchise performansı raporlarda ölçülür; sahada hissedilir. Markayı temsil eden ekipler, sistemin en değerli taşıyıcılarıdır. Aidiyet

güçlendikçe kalite tutarlılık kazanır; tutarlılık marka değerini yükseltir.

Yatırımcının markayla kurduğu bilinçli ilişki saha kültürüne yansır. Eğitim süreklilik kazanır. Bilgi akışı canlı kalır. Hizmet standardı refleks hâline gelir. Ekipler yalnızca operasyonu değil, markanın itibarını taşıyır.

Tüketici: Değerin Onayı

Franchise sisteminin gerçek karşılığı tüketicide ortaya çıkar. Tüketici ürünü değil, deneyimin tutarlılığını; hizmeti değil, markanın duruşunu seçer.

İçerideki uyum sahaya kalite olarak yansır. Sahadaki kalite güvene dönüşür. Güven sadakati besler ve büyümeyi kalıcı kılar. Franchise başarısı dört halkaya dayanır:

Marka → Franchise yatırımcısı →

Saha ekipleri → Tüketici

Bu halkalar arasındaki bilinçli uyum, sistemi itibarlı ve uzun ömürlü kılar.

Bilinçli Büyüme

Değişim dönemleri franchise sistemleri için gelişim alanıdır. Liderlik; sakinliği, netliği ve ortak hareket kültürünü koruma kapasitesidir. Esnek uygulamalar yalnızca finansal hamle değil, bağlılık mesajıdır. Birlikte hareket etme kültürü derinleşir.

Şube sayısı artabilir, ciro yükselebilir. Asıl değer, bu genişlemenin kültürel bütünlükle desteklenmesidir. Sağlıklı büyüme, hız ile derinliğin dengelendiği noktada gerçekleşir. Bir franchise ağının gerçek gücü; büyüme oranında değil, bağlılığın seviyesinde, kültürel tutarlılığında ve yönetim kalitesinde ortaya çıkar.

Sonuç

Franchise modeli güçlü bir çerçeve sunar. Sözleşme sınırları belirler. Operasyon standardı yaşatır. Finansal disiplin dengeyi kurar. Teknoloji süreci hızlandırır.

Kalıcı değeri ise marka, yatırımcı, saha ekipleri ve tüketici arasında kurulan bilinçli bütünlük üretir. Yatırımcı güvenle hareket eder. Ekipler anlamla çalışır. Tüketici tutarlılığı seçer. Şube artabilir, ciro büyüyebilir. Ancak geleceğin güçlü franchise markaları, yalnızca sistem kuran değil; sistem içinde bağlı bilinçle yöneten markalar olacaktır.

Güven, franchise sistemlerinin görünmeyen ama en güçlü sermayesidir.

FRANCHISE IN BRANDS: THE LASTING VALUE CREATED BY THE SENSORY BOND BUILT WITHIN

Franchise networks are established by contracts but grow through connection. Financial discipline maintains balance. Digital infrastructure accelerates operations. Law defines the framework, accounting ensures transparency, and finance manages cash flow. Brand management builds positioning, while operations sustain standards in the field.

The system is designed, processes are documented, and technology is integrated. Yet what determines longevity is not technical perfection but institutional awareness. Technology provides speed; people provide meaning.

The franchise model is built on standards. However, standards turn into value only through the approach of those who implement them. Procedures create order; behavior builds culture. True strength emerges from the harmony between technical excellence and human commitment.

Contractual Discipline and Managerial Awareness

Franchise agreements clarify brand usage rights, operational standards, oversight mechanisms, and financial obligations. This structure provides order. Lasting performance, however, is determined by the management approach. A mindset that views the brand as a long-term value partnership positions standards not as costs but as investments. Training evolves into development. Operational discipline makes quality sustainable. Financial planning generates not only balance but also reputation. As commitment increases, the need for control decreases. As control decreases, internal flow strengthens. This alignment reduces governance costs and increases predictability.

Sustainable success emerges where contractual discipline and managerial awareness operate together.

Strategic Connection and Financial Impact

In franchise systems, emotional connection produces measurable outcomes. Participation in decision-making processes increases ownership. Transparent communication nourishes collective intelligence. Consistency deepens reputation. Royalty flows become more stable and investments are planned with vision.

As institutional integrity strengthens, energy shifts from defense to development. The system does not merely grow; it matures. Emotional commitment is the invisible guarantee of financial stability.

Energy in the Field: The Living Face of the Brand

Franchise performance is measured in reports but felt in the field. Teams representing the brand are the most valuable

carriers of the system. As a sense of belonging strengthens, quality gains consistency and consistency elevates brand value. The conscious relationship investors build with the brand is reflected in field culture. Training gains continuity. Information flow remains dynamic. Service standards become instinctive. Teams carry not only the operation but also the reputation of the brand.

The Consumer: The Validation of Value

The true reflection of a franchise system emerges in the consumer. Consumers choose not merely the product, but the consistency of the experience; not only the service, but the stance of the brand. Harmony within the system is reflected in quality in the field. Quality in the field turns into trust. Trust nurtures loyalty and makes growth sustainable. Franchise success rests on four pillars:

Brand → Franchise Investor → Field Teams → Consumer
The conscious alignment among these pillars makes the system reputable and long-lasting.

Conscious Growth

Periods of change represent opportunities for development in franchise systems. Leadership is the capacity to preserve calmness, clarity, and a culture of collective action. Flexible practices are not merely financial moves but messages of commitment. The culture of acting together deepens. The number of branches may increase and revenue may rise. The real value lies in supporting this expansion with cultural integrity. Healthy growth occurs where speed and depth are balanced. The true strength of a franchise network is revealed not in its growth rate, but in the level of commitment, cultural consistency, and quality of management.

Conclusion

The franchise model provides a strong framework. Contracts define boundaries. Operational standards sustain consistency. Financial discipline maintains balance. Technology accelerates processes. Yet lasting value is created through the conscious alignment between the brand, investors, field teams, and consumers. Investors act with confidence. Teams work with purpose. Consumers choose consistency.

The number of branches may grow and revenue may increase. However, the strong franchise brands of the future will not only be those that build systems, but those that consciously manage the bonds within those systems.

Trust is the invisible yet most powerful capital of franchise systems.

FRANCHISE SİSTEMLERİNDE ŞEFFAFLIK

Franchise sisteminde doğru yönetimin, markaların uzun vadeli başarısında en önemli etken olduğunu belirtmeliyim. Özellikle ülkemizde hızlı büyüyen franchise markalarında en büyük sorunlar, genellikle mali şeffaflık ve iletişim konularında yapılan hatalar ile eksikliklerden kaynaklanmaktadır.

Franchise Sistemlerinde

Açıklık ve şeffaflık; finansal, operasyonel ve performans verilerinin değerlendirilmesi ile sözleşmeler alanlardaki düzenlemeler açısından önemli belirleyicilerdir. Franchise sözleşmeleri, markaların kendini korumak amacıyla yapılan düzenlemeleri içermeli; ancak bu kapsam dışında franchisee'lere yönelik tehdit unsurları barındırmamalıdır. Ben her değerlendirmede franchise ilişkisini şu şekilde ele alırım: Marka geniş bir aile olarak görülmeli, markaya katılan franchisee'ler de bu aileye dahil olan yeni fertler olarak değerlendirilmelidir. Yapının bu anlayışla kurulması, çok daha sağlıklı ve sürdürülebilir bir yaklaşım olduğunu düşünüyorum.

Doğru Franchise Yönetiminde

Marka yönetimi yalnızca bir denetçi değil, sistem kurucu olmalıdır. Eğitim ve destek süreklilik içermelidir. Franchisee yatırımcılar, sisteme yönelik geliştirici ve tamamlayıcı görüşlerini rahatlıkla dile getirebilmelidir. Bu tür talepler marka yönetimi tarafından dikkate alınmalı ve katacağı değerler konusunda şeffaf analizler yapılmalıdır.

Lojistik destek, tedarik kaynakları ile ilgili stratejiler ve uygulama politikaları açık bir şekilde paylaşılmalı; adil bir yönetim anlayışı oluşturulmalıdır. Güç dengeleri korunmalı ve bu konudaki analizler süreklilik göstermelidir.

Sağlıklı Bir Franchise Sistemi İçin

Tüm mali akışlar doğru analizlerle değerlendirilip raporlanmalıdır. Kârlılık, franchise sisteminin en önemli bileşenidir. Kâr üretemeyen hiçbir marka sağlıklı biçimde franchisee edilemez; böyle bir durumda uzun vadeli sürdürülebilirlik mümkün olmayacağı

gibi, markanın tamamen yok olmasına da zemin hazırlanabilir.

Eğitim sisteminin, markanın devamlılığı ve kalitenin sürdürülebilmesi açısından ne denli kritik olduğunu bir kez daha vurgulamak isterim. Güçlü bir eğitim sistemi, operasyon ekibini sahada daha etkin kılar. Bu güç; franchisee'lere sağlanan destekler ve operasyonel denetimlerle bir arada değerlendirildiğinde, markanın her noktasında aynı kalite standartlarının ve aynı operasyonel anlayışın yerleşmesini sağlar.

Yukarıda da kısaca değindiğim gibi, franchise sözleşmeleri markaları korumak amacıyla tek taraflı düzenlenirse dahi kesinlikle güvene dayalı olmalıdır. Tuzak değil, güvence içermelidir.

Bir diğer kritik konu ise düzenli iletişimidir. Doğru iletişim; küçük sorunların büyümeden önlenmesini sağladığı gibi karşılıklı saygının korunması açısından da büyük önem taşır. İletişim kanalları bugün her ne kadar çeşitlenmiş olsa da yazılı iletişim, kalıcılığını korumakta ve yanlış anlaşılmanın önüne geçmektedir.

Franchise sistemlerinde yapılan en yaygın hataları kısaca sıralayarak yazımı noktalamak istiyorum:

Yanlış belirlenen royalti oranları; reklam fonu olarak toplanan bedellerin belirsiz biçimde kullanılması; aynı veya yakın bölgelerde birbirinin pazarını olumsuz etkileyecek şekilde şube açılması; franchisee kârlılığının göz ardı edilmesi. Bunların yanı sıra, sorunlar yaşandığında franchisee'yi zamanında uyarmamak, düzeltici ve güven verici çözümler üretmek ile operasyonel destek sunmamak da sisteme ciddi zarar veren hatalar arasındadır. Franchise sisteminin yarattığı değerler; doğru seçilmiş yatırımcı adaylarıyla, doğru konumlarda açılan işletmeler aracılığıyla ve açıklık ile dürüstlük ilkeleri çerçevesinde paylaşıldığında;

Başarı, gerçek ve kalıcı bir değer olarak karşımıza çıkar.



İLHAN ERKAN

Denetleme Kurulu Başkanı

Chairman of the Audit Committee

TRANSPARENCY IN FRANCHISE SYSTEMS

I would like to emphasize that proper management within a franchise system is one of the most critical factors for the long-term success of brands. Particularly in rapidly growing franchise brands in our country, the most significant challenges often arise from mistakes and shortcomings related to financial transparency and communication.

In Franchise Systems

Transparency and openness, together with the evaluation of financial, operational, and performance data, as well as well-structured contractual arrangements, are key determinants of success. Franchise agreements should primarily include provisions designed to protect the brand; however, they should not be structured in a way that contains threats toward franchisees beyond such protections. In my assessments of franchise relationships, I consistently emphasize that a brand should be viewed as an extended family and that franchisees who join the brand should be considered as new members joining that family. Structuring the system with this mindset, I believe, represents a more appropriate and sustainable approach.

In Effective Franchise Management

Brand leadership should not act merely as an auditor but rather as a system builder. Training and support must be continuous. Franchisee operators and investors should feel comfortable expressing their constructive and complementary ideas regarding the system. Such feedback should be carefully considered by brand management and transparent analyses should be conducted to evaluate the value these contributions may add.

Logistical support, supply chain strategies, and implementation policies should be communicated clearly, and a fair management approach must be established in these areas. The balance of power within the system should be maintained and such analyses should be carried out on an ongoing basis.

For a Healthy Franchise System

All financial flows must be properly analyzed and reported. Profitability is one of the most essential

components of any franchise system. A brand that does not generate profit cannot be franchised successfully; if it is, long-term sustainability becomes unlikely and it may ultimately lead to the decline or disappearance of the brand.

It is important to emphasize once again that a strong training system is crucial for ensuring brand continuity and maintaining quality standards. A strong training system empowers the operations team in the field. When combined with the support provided to franchisees and operational supervision, this strength helps ensure consistent quality standards and a shared operational understanding across all locations of the brand. As briefly mentioned above, although franchise agreements are often structured unilaterally to protect the brand, they must be built on trust, not traps. Another essential factor is regular communication. Effective communication helps prevent minor issues from escalating and is also vital for maintaining mutual respect. Although communication channels have diversified significantly today, written communication continues to preserve its importance by ensuring clarity and preventing misunderstandings.

In conclusion, I would like to briefly highlight the most common mistakes made in franchise systems:

Incorrectly determined royalty rates; the unclear use of funds collected as advertising contributions; opening new branches in the same or nearby regions in a way that divides the market and competes with existing franchisees; and failing to consider franchisee profitability. Additionally, when problems arise, failing to warn franchisees in a timely manner, failing to provide corrective and trust-building solutions, and withholding operational support are among the most damaging mistakes within the system.

When the values created by a franchise system are shared with carefully selected investors, implemented through businesses established in the right locations, and guided by the principles of transparency and honesty,

Success emerges as a genuine and lasting value.

KURUMSAL YÖNETİŞİM VE FRANCHISE SİSTEMLERİ: GÜVENİLİR BÜYÜMENİN ALTYAPISI



Gürkan DONAT
Denetleme Kurulu Üyesi
Auditing Board Member

Merhaba değerli franchise dostları. 1991 yılında UFRAD'ın ilk kurulduğu yıllarda bir elin parmakları kadar olan kurumsal franchise zincirleri, bugün Türkiye'de üç binin üzerinde zincirle Avrupa'daki franchise sayısını bile aşarak istikrarlı bir şekilde büyümektedir. Bu sayılar, franchise modeliyle büyümenin en sağlıklı ve uzun soluklu model olduğunun en önemli göstergesidir.

Franchising sistemi, yapısı gereği hızlı büyümeye çok elverişlidir. "Bu yıl 50 yeni nokta açıyoruz!" veya "Üçüncü yılımızda 200 noktaya ulaştık" gibi cümleler, franchise sistemi söz konusu olduğunda oldukça normaldir. Bu hızlı büyümenin temelinde, franchisee'lerin yatırımlarını kendilerinin yapması ve sisteme giriş ücretlerini ödemesi sayesinde büyümenin finansal açıdan kolaylaşması yatmaktadır. Büyüyen yapı; farklı şehirlerde, hatta ülkelerde açılan yeni noktalar, ciro artışı, kârlılık artışı, daha fazla tanınırlık ve franchisee talebi getirebilir. Ancak bunlarla birlikte yönetilmesi gereken ve giderek daha karmaşık hale gelen birçok konu da beraberinde gelir:

- Artan personel ile birlikte insan kaynakları yönetimi
- Coğrafi dağılım alanının genişlemesi nedeniyle lojistik çözümleri
- Üretim artışı nedeniyle otomasyon gereksinimi
- Maliyet, stok ve satış takip sistemleri
- Sipariş takip sistemi
- CRM uygulamaları

- Saha operasyon ve kontrol mekanizmaları
- Yurt dışı operasyon ve bürokratik işlemlerin yönetilmesi
- Profesyonel reklam ve pazarlama ihtiyacı

Bu liste uzayıp giderken dikkat çekici olan nokta, yukarıda da değindiğim gibi, bu büyümenin çok kısa bir süre içinde gerçekleşebileceği olgusudur.

Kurumsal yönetişimin ne denli etkili, zamanında ve gerekli özenle gerçekleştirildiği bu durumda çok büyük önem taşır. Birkaç noktayı sorunsuz yönetebilen franchisor'lar, artık kendilerinden daha eğitilmiş ve deneyimli kadroları işe almalı; onlara kurumsal altyapıyı kurmaları için gerekli yetki ve kaynakları sağlamalıdır.

Bu hızlı kurumsal dönüşümü gerçekleştiremeyen ve büyüme hızları kurumsal yönetim yeterliliğinin önünde seyreden markalar için sorunların ortaya çıkması kaçınılmazdır. Büyüme gerçekleşir; ancak sürdürülebilirlik ve kalıcılık şüpheli hale gelir.

Sektörde istikrarlı ve uzun süreli bir oyuncu olmak, saman alevi gibi birden parlayıp sonra sönmekten şüphesiz çok daha saygın, kârlı ve sağlıklıdır. Franchisor'lar, bir satranç ustası gibi büyüme stratejilerini kurumsal yönetişim sistemleriyle eş zamanlı planlayarak ve hırsa ile kibire kapılmadan hareket ettiklerinde, markalarının temellerini uzun bir ömür için atmış olacaklardır.

Sağlık ve esenlikle,

CORPORATE GOVERNANCE AND FRANCHISE SYSTEM: THE FOUNDATION OF SUSTAINABLE GROWTH

My dear franchise colleagues,

When UFRAD was first established in 1991, the number of corporate franchise chains in Türkiye could be counted on the fingers of one hand. Today, the sector has grown steadily to exceed three thousand franchise chains, surpassing even the number of franchise brands in Europe.

These figures clearly demonstrate that franchising is one of the most sustainable and effective growth models available. The franchising system is, by its very nature, highly conducive to rapid expansion. Statements such as “We are opening 50 new locations this year” or “We reached 200 locations in our third year” are quite common in franchise systems. The main reason behind this rapid growth is that franchisees make their own investments and pay entry fees to join the system, making expansion financially easier for the franchisor. A growing structure expanding into new cities and even new countries can bring higher turnover, increased profitability, stronger brand recognition, and greater franchisee demand. However, alongside these advantages come many management areas that must be handled and that become increasingly complex over time, such as:

- Human resources management as the workforce expands
- Logistics solutions due to wider geographic distribution
- Automation requirements driven by increased production
- Cost, inventory, and sales tracking systems
- Order management systems

- CRM applications
- Field operations and control mechanisms
- Management of international operations and bureaucratic procedures
- Professional advertising and marketing needs

While this list could go on, the most striking point, as mentioned above, is that such growth can occur within a very short period of time.

At this stage, the effectiveness, timeliness, and diligence of corporate governance become critically important. Franchisors who have successfully managed a few locations must now hire teams that are often more educated and experienced than themselves, and provide those teams with the authority and resources necessary to establish a strong corporate infrastructure.

For brands that fail to achieve this rapid corporate transformation, and whose growth outpaces their managerial capabilities, problems inevitably begin to emerge. Growth may still occur, but sustainability and long-term stability become questionable.

Being a stable, long-term player in the sector is undoubtedly far more respectable, profitable, and healthy than shining briefly like a flash in the pan and then fading away. When franchisors plan their growth strategies in harmony with strong corporate governance systems, like a chess master carefully planning each move, without giving in to ambition or arrogance, they lay the foundations for a brand built to endure for many years.

Wishing you health and well-being,

YEREL LEZZET MARKALARININ FRANCHISE YOLCULUĞU: STANDARTLAŞMA VE HIZLI BÜYÜME DENGESİ



CÜNEYT KAÇAN
Denetleme Kurulu Üyesi
Auditing Board Member

Anadolu'nun binlerce yıllık mutfak kültürü, son çeyrek yüzyılda franchise sistemleriyle yepyeni bir boyut kazanmıştır. Çiğ köfteden kebaba, baklavadan simide kadar uzanan yerel lezzetlerimiz, bugün Avrupa'dan Körfez ülkelerine, Türk Cumhuriyetleri'nden Amerika'ya kadar geniş bir coğrafyada ülkemizi başarıyla temsil etmektedir. Ancak bu başarı hikâyesinin perde arkasında, her franchise markasının yüzleşmek zorunda olduğu kritik bir denge sorunu yatmaktadır: Standartlaşma ve hızlı büyüme arasındaki hassas denge.

Standardizasyon, bir franchise sisteminin olmazsa olmazıdır. Müşteri, İstanbul'da tattığı lezzetin aynısını Londra'da, Dubai'de veya Bakü'de bulmayı bekler. Bu beklentiye karşılık, geleneksel yöntemlerle üretilen, "usta eli" gerektiren yerel lezzetler için hiç kolay değildir. Başarılı markalarımız, merkezi üretim tesisleri, gelişmiş soğuk zincir lojistiği ve şef eğitim akademileriyle bu zorluğun üstesinden gelmektedir. Ürünün yanı sıra dekorasyon, servis protokolleri ve personel davranışları da standardize edilerek bütüncül bir marka deneyimi sunulmaktadır. Diğer tarafta ise hızlı büyüme hedefi vardır. Yeni pazarlara girmek, şube sayısını artırmak elbette önemlidir. Ancak kısa vadede çok sayıda şube açma hevesi, doğru franchise ortağı seçimi ve lokasyon belirleme konularında tavizlere yol açabilir. Daha da önemlisi, hızlı büyüme dönemlerinde kalite kontrol mekanizmaları zorlanır; denetimler seyrekleşir ve standartlardan sapmalar artar. Bu da marka itibarını doğrudan tehdit

eder. İşte bu hassas dengeyi kuran markaların ortak özellikleri vardır. Öncelikle büyümeyi bir maraton olarak görür, yılda 50 değil 10-15 şube açarak kontrollü büyümeyi tercih ederler. Güçlü Ar-Ge kültürüne sahiptirler; yerel lezzeti korurken farklı coğrafyaların damak tatlarına uygun dokunuşlar yapabilir, sağlıklı yaşam trendlerine uygun alternatifler geliştirirler. Franchise alanla ilişkilerini gerçek bir ortaklık olarak görür, onların kârlılığını ve memnuniyetini merkeze alan bir destek mekanizması kurarlar. Ayrıca teknolojiyi etkin kullanarak yapay zekâ destekli lokasyon analizleri, bulut tabanlı takip sistemleri ve uzaktan denetim imkânlarıyla hem standardizasyonu güvence altına alır hem de büyümeyi yönetilebilir kılar.

Yerel lezzet markalarımızın franchise yolculuğu, bir olgunlaşma hikâyesidir. Bugün çiğ köfteden kebaba pek çok alanda güçlü markalarımız bulunmakta ve yurt dışında ülkemizi gururla temsil etmektedir. Bu başarıyı kalıcı kılacak olan, standartlaşma ile hızlı büyüme arasındaki dengeyi koruyabilmektir. Bir ustanın elinden çıkan lezzeti endüstriyel bir disiplinle ölçeklendirebilmek, yeni pazarlara açılırken marka kimliğini sulandırmamak, büyürken kaliteden ödün vermemek... İşte asıl marifet budur.

UFRAD olarak, bu zorlu yolculukta üyelerimizin yanında olmaya, bilgi ve deneyim paylaşımına aracılık etmeye devam edeceğiz. Güçlü markalar, güçlü bir sektör; güçlü bir sektör ise güçlü bir ülke demektir.

THE FRANCHISE JOURNEY OF LOCAL FLAVOR BRANDS: BALANCING STANDARDIZATION AND RAPID GROWTH

Anatolia's thousands-year-old culinary culture has gained an entirely new dimension over the past quarter-century through franchising systems. From çığ köfte to kebab, and from baklava to simit, our local delicacies now represent our country successfully across a vast geography, from Europe to the Gulf countries, and from the Turkic Republics to the United States. However, behind this success story lies a critical challenge that every franchise brand must confront: the delicate balance between standardization and rapid growth.

Standardization is indispensable for any franchise system. Customers expect to find the same taste they experienced in Istanbul when they visit London, Dubai, or Baku. Meeting this expectation is far from easy for local flavors that are traditionally produced and often require the touch of a skilled master. Our successful brands overcome this challenge through centralized production facilities, advanced cold-chain logistics, and chef training academies. In addition to the product itself, elements such as interior design, service protocols, and staff behavior are also standardized to provide a holistic brand experience.

On the other hand, there is the goal of rapid expansion. Entering new markets and increasing the number of branches is certainly important. Yet the enthusiasm to open many branches in a short period can lead to compromises in selecting the right franchise partners and determining appropriate locations. More importantly, during periods of rapid growth, quality control mechanisms become strained; inspections become less frequent, and deviations from standards increase. This

directly threatens brand reputation. Brands that successfully maintain this delicate balance share certain common characteristics. First, they see growth as a marathon rather than a sprint, preferring controlled expansion by opening 10–15 branches annually instead of 50. They possess a strong R&D culture while preserving the essence of local flavors; they adapt to the tastes of different regions and develop alternatives aligned with healthy living trends. They view their relationship with franchisees as a genuine partnership and establish support mechanisms centered on the profitability and satisfaction of their partners. Furthermore, by effectively utilizing technology, such as AI-assisted location analysis, cloud-based monitoring systems, and remote auditing tools, they secure standardization while making growth manageable.

The franchise journey of our local flavor brands is essentially a story of maturation. Today, we have strong brands in many areas, from çığ köfte to kebab, that proudly represent our country abroad. What will make this success sustainable is the ability to maintain the balance between standardization and rapid growth. Scaling a flavor crafted by a master's hand through industrial discipline, expanding into new markets without diluting brand identity, and growing without compromising quality; this is the true art.

As UFRAD, we will continue to stand by our members on this challenging journey and facilitate the sharing of knowledge and experience. Strong brands mean a strong sector; and a strong sector means a strong country.

KİRA GELİRLERİNİN BEYANI VE KİRA ÖDEMELERİNE İLİŞKİN VERGİSEL YÜKÜMLÜLÜKLER



Avukat
Süleyman SOYSAL
Denetleme Kurulu Üyesi
Auditing Board Member

I. Kıra Gelirlerinin Vergisel Beyanı

Franchise sistemlerinde faaliyet gösteren işletmeler açısından kira bedelleri çoğu zaman en önemli maliyet kalemlerinden birini oluşturmaktadır. Nitekim franchise işletmelerinin önemli bir bölümünün alışveriş merkezlerinde (AVM) konumlanması, yüksek kira yükleriyle karşılaşılmasını kaçınılmaz hale getirmektedir. Bu nedenle kira bedellerinin ödenmesi, belgelendirilmesi, beyanı ve vergilendirilmesine ilişkin yükümlülükler hem kiracılar hem de kiraya verenler bakımından önemli hukuki ve vergisel sonuçlar doğurmaktadır. Türkiye’de kira gelirlerinin vergilendirilmesi esas itibarıyla Gelir Vergisi Kanunu (“GVK”) hükümleri çerçevesinde düzenlenmektedir. Kanuna göre gerçek kişiler tarafından elde edilen kira gelirleri “gayrimenkul sermaye iradi” kapsamında değerlendirilmekte olup belirli koşulların gerçekleşmesi halinde yıllık gelir vergisi beyannamesi ile beyan edilmesi gerekmektedir.

2025 takvim yılına ilişkin kira gelirlerinin beyan süresi 1 Mart – 31 Mart 2026 tarihleri arasındadır.

Beyan edilen verginin ilk taksiti beyan süresi içinde, ikinci taksiti ise izleyen yılın temmuz ayı içerisinde ödenmektedir.

Konut kira gelirleri bakımından belirli bir istisna uygulanmaktadır. 2025 yılı için konut kira gelirlerinde uygulanan istisna tutarı 47.000 TL olarak belirlenmiştir. Bu tutarın üzerindeki konut kira gelirlerinin yıllık gelir vergisi beyannamesi ile beyan edilmesi gerekmektedir.

Öte yandan iş yeri kira gelirlerinde, kiracı tarafından yapılan stopaj uygulaması nedeniyle farklı bir sistem söz konusudur. Buna göre tevkifata tabi iş yeri kira gelirlerinin brüt tutarının 330.000 TL’yi aşması halinde beyanname verilmesi zorunlu hale gelmektedir. Ayrıca istisna kapsamına girmeyen kira gelirlerinin toplamının 18.000 TL’yi aşması durumunda da beyanname verilmesi gerekmektedir. Kıra gelirlerinin hiç beyan edilmemesi veya eksik beyan edilmesi durumunda vergi idaresi tarafından re’sen veya ikmalen tarhiyat yapılabilmekte ve buna bağlı olarak vergi ziyai cezası uygulanabilmektedir.

II. Kıra Ödemelerinde Banka veya PTT Aracılığıyla Yapılma Zorunluluğu

Kıra gelirlerinin kayıt altına alınması ve kayıt dışılığın önlenmesi amacıyla kira ödemelerinin belirli yöntemlerle gerçekleştirilmesi zorunlu tutulmuştur. Bu kapsamda kira tahsilatlarının banka veya PTT aracılığıyla yapılmasına ilişkin düzenleme,

Gelir İdaresi Başkanlığı tarafından yayımlanan 328 Seri No.lu Gelir Vergisi Genel Tebliği ile açıklığa kavuşturulmuştur.

Söz konusu düzenlemeye göre konut veya iş yeri kira bedellerinin;

- banka aracılığıyla (havale, EFT, kredi kartı vb.), veya
- PTT kanalıyla

ödenmesi gerekmektedir. Bu yöntemler aracılığıyla yapılan ödemeler, resmi kayıt niteliğinde olduğundan kira ilişkisinin ve kira bedelinin tespitinde önemli bir ispat aracı teşkil etmektedir.

Bu düzenleme yalnızca ev sahiplerini değil kiracıları da kapsamaktadır. Dolayısıyla kira ödemelerinin elden yapılması veya banka sistemi dışında gerçekleştirilmesi halinde her iki taraf bakımından da yaptırım riski söz konusu olabilmektedir.

Uygulamada kira ödemelerinin banka veya PTT aracılığıyla yapılması ve ödeme belgelerinin saklanması, olası uyumsuzluklar ve vergi incelemeleri bakımından önem arz etmektedir.

III. Usulsüzlükler ve Cezai Sonuçlar

Kıra gelirlerinin beyan edilmemesi veya kira ödemelerinin mevzuatta öngörülen yöntemler dışında gerçekleştirilmesi durumunda vergi mevzuatı kapsamında çeşitli idari yaptırımlar uygulanabilmektedir.

Özellikle kira ödemelerinin banka veya PTT aracılığıyla yapılmaması halinde özel usulsüzlük cezası uygulanmaktadır. 2026 yılı itibarıyla uygulanabilecek ceza tutarlarının alt sınırları mükellef türüne göre farklılık göstermektedir. Buna göre birinci sınıf tüccarlar ve serbest meslek erbabi için ceza alt sınırı 35.000 TL, ikinci sınıf tüccarlar ve basit usulde vergilendirilenler için 17.000 TL, diğer gerçek kişiler için ise 8.700 TL olarak belirlenmiştir. Bunun yanı sıra kira bedelinin gerçeğe aykırı şekilde düşük gösterilmesi veya taşınmazın bedelsiz olarak kullanılması durumlarında emsal kira bedeli uygulaması gündeme gelebilmektedir. Bu durumda vergi idaresi, taşınmazın piyasa koşullarına göre belirlenen kira değerini esas alarak ek vergi ve ceza tarhiyatı yapabilmektedir.

Sonuç olarak kira gelirlerinin doğru şekilde beyan edilmesi ve kira ödemelerinin mevzuata uygun yöntemlerle gerçekleştirilmesi hem ev sahipleri hem de kiracılar açısından önemli bir yükümlülük teşkil etmektedir. Vergi mevzuatından doğan bu yükümlülüklerin uyulmaması halinde idari para cezaları ve ek vergi yükümlülükleri ile karşılaşılması söz konusu olabilecektir.

TAX OBLIGATIONS RELATED TO THE DECLARATION OF RENTAL INCOME AND RENTAL PAYMENTS

I. Tax Declaration of Rental Income

For businesses operating within franchise systems, rental fees often constitute one of the most significant cost items. Indeed, the fact that a substantial number of franchise businesses are located in shopping malls (malls) makes exposure to high rental burdens almost inevitable. Therefore, the obligations related to the payment, documentation, declaration and taxation of rental fees give rise to important legal and tax implications for both tenants and landlords.

In Türkiye, the taxation of rental income is primarily regulated within the framework of the provisions of the Income Tax Law ("ITL"). According to the law, rental income earned by individuals is considered within the scope of "real estate capital income" and must be declared through an annual income tax return if certain conditions are met.

The declaration period for rental income pertaining to the 2025 calendar year is between 1 March and 31 March 2026. The first installment of the declared tax must be paid within the declaration period, while the second installment is payable in July of the same year.

For residential rental income, a specific exemption is applied. For the year 2025, the exemption amount for residential rental income has been set at 47,000 TL. Residential rental income exceeding this amount must be declared through an annual income tax return.

On the other hand, a different system applies to workplace rental income due to the withholding tax applied by the tenant. Accordingly, if the gross amount of workplace rental income subject to withholding exceeds 330,000 TL, the submission of a tax return becomes mandatory. In addition, a tax return must also be filed if the total amount of rental income that does not fall within the scope of the exemption exceeds 18,000 TL.

If rental income is not declared at all or is declared incompletely, the tax administration may carry out an ex officio or additional tax assessment, and a tax loss penalty may be imposed accordingly.

II. Obligation to Make Rental Payments Through Banks or PTT

In order to ensure the proper recording of rental income and to combat the informal economy, rental payments are required to be made through specific channels. In this regard, the requirement that rental payments be collected through banks or the PTT was clarified by the General Communiqué

on Income Tax No. 328 issued by the Revenue Administration.

According to the relevant regulation, rental payments for residential or workplace properties must be made:

- through banks (such as bank transfers, EFT, credit card, etc.) or
- through the PTT

Payments made through these methods constitute official records and therefore serve as an important means of proof in determining the existence of the lease relationship and the amount of the rent.

This regulation applies not only to landlords but also to tenants. Accordingly, if rental payments are made in cash or outside the banking system, both parties may be exposed to the risk of sanctions. In practice, making rental payments through banks or the PTT and retaining the relevant payment documents is important in terms of potential disputes and tax audits.

III. Irregularities and Penal Consequences

Various administrative sanctions may be imposed under tax legislation if rental income is not declared or if rental payments are made through methods other than those prescribed by the relevant regulations.

In particular, if rental payments are not made through banks or the PTT, a special irregularity penalty may be imposed. As of 2026, the minimum amounts of the applicable penalties vary depending on the type of taxpayer. Accordingly, the minimum penalty amount is set at 35,000 TL for first-class traders and self-employed professionals, 17,000 TL for second-class traders and those taxed under the simplified procedure and 8,700 TL for other individuals.

In addition, if the rental amount is declared at an amount lower than its actual value or if the property is made available for use free of charge, the application of the precedent rental value may arise. In such cases, the tax administration may assess additional taxes and penalties based on the rental value determined according to the market conditions of the property. In conclusion, the accurate declaration of rental income and the execution of rental payments through legally prescribed methods constitute important obligations for both landlords and tenants. Failure to comply with these obligations arising from tax legislation may result in administrative fines as well as additional tax liabilities.

GIDA

FOOD AND BEVERAGE

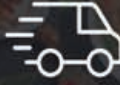


TAM DESTEK HEP DESTEK...

Franchise İçin Başvur



Ürün Tedarik
Destegi



Lojistik Destegi



Reklam &
Pazarlama
Destegi



Eğitim &
Personel
Destegi



Tam Zamanlı
Operasyon
Destegi

Bursa Keşap Evi

The
ONE
Awards

RESTORAN
KATEGORİSİNDE
YILIN EN İTİBARLI
MARKASI

ŞİMDİ BAŞVURI



EDİRNE'DEN KARS'A #13ÜLKE
TÜRKİYE'DE 52 ŞEHİRDE! 175ŞUBE

HELVACI GROUP

**ADRES / ADDRESS**

Macun Mah. Öz Ankara Toptancılar Sit. Batı Blv.
5. Blok No:2/183 Yenimahalle - Ankara

Tel : +90 551 344 78 26

E-Mail : asirhekim@gmail.com

Web : www.qubocoffee.com
www.asirhekim.com

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

**MEHMET EMİN YALÇIN
ŞAHİS İŞLETMESİ**

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON
BAYRAM YALÇIN**

ASIR KURUYEMİŞ

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Asır Kuruyemiş - Aktar, Baharat ve Kuruyemiş Alanında Anahtar Teslim Franchise Bayiliği
Product-Service Type : Asır Kuruyemiş - Turnkey Franchise Dealership in the Field of Herbs, Spices and Dried Nuts

Kuruluş Yılı : 2013
Year Company Founded : 2013

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2017
Start of Franchising in Türkiye : 2017

Franchisee Adedi : 115
Number of Franchised Stores : 115

Franchise Hedefi : 2026: 36
Targeted Franchise Stores : 2026: 36

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : Talep edilmiyor / Not requested

Ortalama İşletme Sermayesi : Talep edilmiyor
Required Start-up Capital : Not requested

Reklam Payı Katılımı : 300.000,00 TL
Advertising Contribution : 300.000,00 TL

Sürekli Franchise Ödemesi : Talep edilmiyor
Ongoing Royalty Fee : Not requested

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

(x) Eğitim	Training
(x) El Kitabı	Handbooks
(x) Yer Seçimi	Site Selection
(x) Bölge Koruması	Area Protection
(x) Proje	Planing - Design
(x) Ortak Reklam	Shared Advertising
(x) Mal Temini	Product Supply
(x) Pazarlama	Marketing Materials
(x) Finansman	Financing
(x) Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Türkiye
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : Mena Bölgesi
Overseas Expansion Goals : MENA Region

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler: Yeterli finansal güce sahip, yatırım odaklı düşünen ve markanın operasyonel standartlarına bağlı kalabilecek yatırımcılar tercih edilmektedir.

Required Franchisee Profile : Investors with sufficient financial resources, an investment-oriented mindset, and the ability to adhere to the brand's operational standards are preferred.

Aranacak İş Yeri Özellikleri: 40 m² - 200 m² aralığında; cadde mağazası, AVM içi lokasyonlar ve yaya trafiği yüksek, ticari potansiyeli güçlü bölgeler tercih edilmektedir.

Site Selection Criteria :

For spaces ranging from 40 m² to 200 m², street-level locations, shopping mall locations, and areas with high pedestrian traffic and strong commercial potential are preferred.

Sisteminiz Hakkında : Asır Kuruyemiş; lokasyon seçiminden mağaza tasarımına, merkezi satın almadan ürün eğitimine kadar tüm süreçleri planlı ve standart bir yapı içinde yöneten kurumsal bir franchise sistemine sahiptir. Toplam yatırım bedelinin %50'si peşin, kalan %50'si ise 5 eşit taksit halinde, vade farksız olarak tahsil edilmektedir. Sözleşme ve ödeme planının tamamlanmasının ardından şube, ortalama 14 gün içerisinde anahtar teslim olarak yatırımcıya sunulmaktadır. Açılış öncesi ve sonrası operasyonel destek, düzenli eğitim ve performans takibi ile yatırımın sürdürülebilirliği sistematik olarak güvence altına alınmaktadır.

Own Comments on System : Asır Kuruyemiş has a corporate franchise system that manages all processes in a planned and standardized structure, from location selection and store design to central purchasing and product training. 50% of the total investment cost is collected upfront, and the remaining 50% is collected in 5 equal installments without interest. After the completion of the contract and payment plan, the branch is delivered to the investor as a turnkey project within an average of 14 days. Operational support before and after opening, regular training, and performance monitoring systematically ensure the sustainability of the investment.

asirkuruyemis
asırlardan gelen lezzet

56
İL

115
BAYİ

13
YILLIK
DENEYİM

1000
'DEN FAZLA
ÜRÜN

10.000
m²'LİK
TOPLAM
MAĞAZA

KURUYEMİŞ

BAHARAT

AKTAR

KAHVE

ŞEKERLEME

AKTAR ve KURUYEMİŞ
FRANCHISE SİSTEMİNDE
LİDER MARKA

asirhekim
asırlardan gelen sifa



+90 554 180 72 76



@asirkuruyemisbayiligi



ADRES / ADDRESS

Balmumcu Mah. Emirhan Cad. Atakule No:109
34349 Beşiktaş - İstanbul

Tel : +90 212 310 66 00

E-Mail : franchise@tabgida.com.tr

Web : www.franchise.tabgida.com.tr

YETKİLİ FİRMA / AUTHORIZED FRANCHISOR FOR TÜRKİYE

TAB GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.

YETKİLİ KİŞİ /

CONTACT PERSON

CO-CEO ÖZGÜR ÇETİNKAYA

ARBY'S

Ülke Orijini : Amerika
Country Origin : U.S.A.

Ürün - Hizmet Kapsamı : Hızlı Servis Restoran Zinciri
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 1964
Year Company Founded : 1964

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2011
Start of Franchising in Türkiye : 2011

Franchisee Adedi : 10
Number of Franchised Stores : 10

Franchise Hedefi :
Targeted Franchise Stores :
2026: Restoranlarımızın bulunmadığı potansiyel bölgeler / iller ve AVM'ler

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 40.000 \$ + KDV

Ortalama İşletme Sermayesi :
Required Start-up Capital :
Projenin tipi ve büyüklüğüne göre değişiklik göstermektedir.

Reklam Payı Katılımı / Advertising Contribution

Sürekli Franchise Ödemesi / Ongoing Royalty Fee : Toplam %13

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :
Target Franchise Area :
Restoranlarımızın bulunmadığı bölgeler, iller ve AVM'ler de yeni franchise restoranlar

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :
Franchisee adaylarında standartları karşılayabilecek restoranlara sahip olmak dışında, öncelikle girişimci bir ruha ve başarıma hırasına sahip olmalarını tercih ediyoruz. Aynı zamanda, asgari lise mezunu olması gereken adayların başarılı bir iş geçmişi, yönetim tecrübesi ve yatırımın gerektirdiği finansal kaynaklara da sahip olmaları gerekmektedir.

Aranan İş Yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
İş yeri mekânı olarak yaya ve taşıt trafiğinin yoğun olduğu, fast food işletmeciliğine uygun ana arterler ile süpermarket, sinema, dersane ve okulların yoğun bulunduğu bölgeler tercih edilmektedir. İş yeri giriş katında olmalıdır. Inline (cadde) restoran konseptinde, restoranın toplam minimum 250 m² kapalı alana sahip olması, AVM food court konseptinde ise toplam minimum 100 m² kapalı alana sahip olması gerekmektedir.

Sisteminiz Hakkında :
Own Comments on System :
Arby's; restoranının hazır hale getirip açılmasından itibaren, lisans süresi boyunca yoğun olarak operasyon, personel eğitimi, insan kaynakları, mali işler, reklam, pazarlama, satın alma, lojistik ve teknik destek vermektedir.

BAYRAMEFENDİ OSMANLI KAHVECİSİ

GIDA

FOOD AND
BEVERAGE

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Kahve - Cafe
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2011
Year Company Founded : 2011

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2013
Start of Franchising in Türkiye : 2013

Franchisee Adedi : 110
Number of Franchised Stores : 110

Franchise Hedefi : 2026:130
Targeted Franchise Stores : 2026:130

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 750.000 TL+ KDV

Ortalama İşletme Sermayesi : 8.000.000 + KDV
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : %3 + KDV
Advertising Contribution : %3 + KDV

Sürekli Franchise Ödemesi :
Ongoing Royalty Fee :
Alınmamaktadır.

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :

Target Franchise Area :
İstanbul, Ankara, İzmir, Konya, Sakarya, Adana, Hatay, Sivas

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :

Overseas Expansion Goals :
Almanya Berlin, Doğu Blok Ülkeler (Kazakistan, Kırgızistan), Makedonya, Bosna Hersek, Romanya, K.K.T.C.

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :
Sektörde minimum 2 Yıl işletme veya yönetim tecrübesi

Aranacak İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

Yaya trafiği, cadde mağazalar, avm'ler, akaryakıt istasyonları

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :

Gıda ve sarf malzeme tedariki ortalama %90 oranında Genel Merkez B2B sistemi sipariş. (Nakit, kredi kartı ödemesi)
Netlog(Polar xp) Sevkiyat sistemi



ADRES / ADDRESS

Fabrikalar, Namık Kemal Bl. No: 51/BD
B Blok, 07090 Kepez - Antalya

Tel : +90 549 806 50 52

E-Mail : info@osmanlikahvecisi.com

Web : www.osmanlikahvecisi.com

YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE

BAYRAMEFENDİ
OSMANLI KAHVECİSİ

YETKİLİ KİŞİ /

CONTACT PERSON

MEHMET ŞAN



ADRES / ADDRESS

Suadiye Mah. Bağdat Cad.
No: 384 B Kadıköy - İstanbul

Tel : +90 532 320 82 86

E-Mail : info@bafettopizza.com

Web : www.bafetto.com.tr

YETKİLİ FİRMA / AUTHORIZED FRANCHISOR FOR TÜRKİYE

BARBEKÜ TURİZM ORG.

GIDA İŞL. SAN. VE TİC. A.Ş.

YETKİLİ KİŞİ /

CONTACT PERSON

EMRE ERARSLAN

BAFETTO PİZZA

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı :
Product-Service Type :
Pizza - Salata - Makarna - Atıştırmalıklar
Restoran İçi Servis | Online Sipariş | Paket Servis

Kuruluş Yılı : 2011
Year Company Founded : 2011

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2013
Start of Franchising in Türkiye : 2013

Franchisee Adedi : 8+1 Merkez şube
Number of Franchised Stores :

Franchise Hedefi : 2026:30
Targeted Franchise Stores : 2026:30

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 750.000 TL + KDV

Ortalama İşletme Sermayesi : 6.500.000 -7.000.000 TL
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı :
Advertising Contribution :
Net tutar üzerinden %1 oranında katılım

Sürekli Franchise Ödemesi :
Ongoing Royalty Fee :
Net satış üzerinden %4 Royalty

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :
Target Franchise Area :
İstanbul, İzmir, Ankara, Eskişehir, Bursa, Kocaeli

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : 5
Overseas Expansion Goals : 5

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :

- Yatırımı büyütecek güçlü bir sermaye yapısı.
- İşletme ve yönetim alanında profesyonel bir geçmiş.
- Sistemimize uyum sağlama ve bizimle birlikte öğrenme tutkusunu.
- Marka ruhumuzu yansıtan, müşteri odaklı bir çalışma felsefesi.
- İnsan ilişkilerinde başarılı ve güçlü bir iletişim dili.

Aranılan İş Yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

Lokasyonlar kalabalık iş merkezleri, rahat ulaşım imkanı, dinamik müşteri kitlesi olan 100 m² civarındaki iş yerleri

Sistemimiz Hakkında :

Own Comments on System :

Modern tasarımlı, açık mutfak konseptli konveyörlü taş fırın sistemimizle; 48 saat fermente hamurdan hazırlanan pizzalar ve kendi üretimimiz el yapımı makarnalar sunan, hızlı servisli premium pizza markası.



BAFETTO

best pizza in town

*2010'dan bu yana özgün lezzetlerle büyüyen
Bafetto ailesine katılın.*

16

YILLIK DENEYİM

10

ŞUBE

400°C

TAŞ FIRIN

Operasyonel Destek

Açılıştan itibaren kapsamlı danışmanlık ve saha desteği

Özgün Reçeteler

48 saat mayalanan hamur, 400°C taş fırın teknolojisi

Marka Bilinirliği

İstanbul'un en sevilen pizza markalarından biri

Kolay Yönetim

Dijital altyapı ve merkezi tedarik sistemi

Franchise Başvurusu İçin Bize Ulaşın

Siz de Bafetto ailesinin bir parçası olun.

E-POSTA

info@bafettopizza.com

TELEFON

0532 320 82 86



Başvuru için
QR kodu okutun

**ADRES / ADDRESS**

Hadımköy Mah. Ürgüplü Cad.
No:11 Arnavutköy - İstanbul

Tel : +90 212 771 55 55

E-Mail : info@bereketdoner.com.tr

Web : www.bereketdoner.com.tr

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

BEREKET DÖNER
GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON**

SERKAN ÖZBAY

BEREKET DÖNER

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı :
Product-Service Type :

- Döner ve geleneksel Türk mutfağı ürünleri
- Restoran ve hızlı servis konsepti

Kuruluş Yılı : 1988
Year Company Founded : 1988

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2000
Start of Franchising in Türkiye : 2000

Franchisee Adedi : 200 + Şube
Number of Franchised Stores : 200 + Şube

Franchise Hedefi : 2026:
Targeted Franchise Stores :
275 + Şube (özellikle AVM ve yüksek potansiyelli cadde lokasyonları)

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee :
2026 yılı franchise giriş bedelidir. 1 kereye mahsus alınır.
400.000 TL + KDV

Ortalama İşletme Sermayesi :
Required Start-up Capital :
Lokasyona ve m² 'ye bağlı olarak değişmektedir.
Ortalama 100 m² Maliyeti: 6,5 Milyon TL + KDV

Reklam Payı Katılımı :
Advertising Contribution :
Faturada alınan ürün bedeli üzerinden +%4 KDV alınmaktadır.

Sürekli Franchise Ödemesi :
Ongoing Royalty Fee :
Alınmamaktadır.

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :
Target Franchise Area :
Türkiye geneli - İşlek AVM'ler ve yüksek yaya trafiğine sahip
cadde lokasyonları

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :
Avrupa başta olmak üzere yurt dışı franchise büyüme hedefleri
bulunmaktadır.

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :
• Gıda sektörüne ve markaya yatırım yapma isteği
• Operasyonel süreçlere uyum sağlayabilecek
• Kurumsal standartlara önem veren
• Uzun vadeli iş ortaklığı vizyonuna sahip

Aranılan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
• AVM veya yüksek görünürlüklü cadde lokasyonu • Yaya trafiği yüksek
alanlar • Marka konseptine uygun m² ve cephe yapısı

Sisteminiz Hakkında

Own Comments on System :
Bereket Döner, 1988'den bu yana aynı reçete ve kalite anlayışıyla büyüyen,
güçlü operasyonel altyapıya ve sürdürülebilir franchise sistemine sahip köklü
bir markadır. Merkezi denetim, güçlü pazarlama desteği ve standardize
edilmiş iş modeli ile yatırımcısına güvenli ve kârlı bir franchise yapısı sunar.

BREW MOOD COFFEE AND TEA

GIDA

FOOD AND
BEVERAGE

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Kahve / Çay / Atıştırmalık
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2015
Year Company Founded : 2015

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2016
Start of Franchising in Türkiye : 2016

Franchisee Adedi : 102
Number of Franchised Stores : 102

Franchise Hedefi : 2026:150
Targeted Franchise Stores : 2026:150

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 1.000.000 TL

Ortalama İşletme Sermayesi : 8.000.000/10.000.000 TL
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı :
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : %4 Ciro
Ongoing Royalty Fee : %4 Ciro

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

(x) Eğitim	Training
(x) El Kitabı	Handbooks
(x) Yer Seçimi	Site Selection
(x) Bölge Koruması	Area Protection
(x) Proje	Planing - Design
(x) Ortak Reklam	Shared Advertising
(x) Mal Temini	Product Supply
(x) Pazarlama	Marketing Materials
(x) Finansman	Financing
(x) Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :
Target Franchise Area :
Türkiye, Avrupa ve Türki Cumhuriyetler

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :
Azerbaycan'daki Bakü şubemize ek olarak Azerbaycan ve Türkmenistan'da dört şube projemiz devam ediyor. Avrupa'da iki ülke için Brew Mood Coffee şube görüşmeleri ve alt yapı çalışmaları sürüyor.

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :
Markamızın değerini benimseyen ve sürdürülebilir başarıyı hedefleyen, vizyon sahibi, doğru girişimciler ile işbirliği yapmak istiyoruz.

Aranılan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
En az 200 m², bahçe kullanımı da bulunan, şehrin kalabalık ve hareketli lokasyonlarındaki mekanlar hedefleniyor.

Sisteminiz Hakkında :
Own Comments on System :
Franchise vermek ya da marka ile ortaklı olmak üzere iki farklı çalışma şeklimiz bulunmaktadır.



ADRES / ADDRESS

Mevlana Mah. 1701/7 Sok. Piev Sitesi
No:51 Bornova - İzmir

Tel : +90 232 502 10 40

E-Mail : info@brewmood.com.tr

Web : www.brewmood.com.tr

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

**COOPART RESTAURANT
İŞLETMECİĞİ A.Ş.**

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON**

İSMET DEMİR



ADRES / ADDRESS

Mehmet Akif Mah. 1. Akarsu Sk.
No: 15 Küçükçekmece - İstanbul

Tel : +90 212 493 0 393
+90 212 508 00 00
+90 212 598 00 00

E-Mail : info@biberzade.com

Web : www.biberzade.com

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

HASIRCIZADE GIDA SANAYİ

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON**

**PAZARLAMA
DEPARTMANI**

BİBERZADE ÇİĞKÖFTE

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı :
Product-Service Type :
Gıda - Çiğköfte fast-casual restoran konsepti ve
paket servis franchise sistemi

Kuruluş Yılı : 2019
Year Company Founded : 2019

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2020
Start of Franchising in Türkiye : 2020

Franchisee Adedi : 150 +
Number of Franchised Stores : 150 +

Franchise Hedefi : 2026: 50 +
Targeted Franchise Stores : 2026: 50 +

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : Alınmamaktadır.

Ortalama İşletme Sermayesi : 8.000 - 20.000 USD
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : Alınmamaktadır.
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : Alınmamaktadır.
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :
Target Franchise Area :
Türkiye genelinde şehir ve ilçe merkezleri

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :
Orta Doğu, Avrupa ve Türk nüfusunun yoğun olduğu pazarlar.

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :
Girişimcilik ruhu, operasyonel disiplin, marka standartlarına uyum ve müşteri odaklılık

Aranacak İş Yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
Yoğun yaya trafiği olan lokasyonlar, en az 30 m² alan, paket servis ve hızlı servis konseptine uygun işletme

Sisteminiz Hakkında :
Own Comments on System :
Biberzade, geleneksel çiğköfte lezzetini modern mağaza konsepti ve standart operasyon sistemiyle sunan hızlı büyüyen bir franchise markasıdır. Menüde klasik çiğköftenin yanı sıra 12 çeşit çiğköfte suşi, özel soslar, lavaş ve çeşitli yan ürünler, tatlılar ve içeceklerden oluşan zengin bir ürün yelpazesi bulunmaktadır. Güçlü tedarik zinciri, merkezi üretim yaklaşımı, operasyonel eğitim ve pazarlama desteği sayesinde franchise işletmelerinin sürdürülebilir ve kârlı şekilde büyümesi hedeflenmektedir.



YILIN EN YENİLİKÇİ
ÇİĞKÖFTE MARKASI
- 2024 -

LEZZETİN GÜCÜ ADINA

Sırada senin şehrin var.



BURGER KING



ADRES / ADDRESS

Balmumcu Mah. Emirhan Cad. Atakule No:109
34349 Beşiktaş - İstanbul

Tel : +90 212 310 66 00

E-Mail : franchise@tabgida.com.tr

Web : www.franchise.tabgida.com.tr

YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE

TAB GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.

YETKİLİ KİŞİ /

CONTACT PERSON

CO-CEO ÖZGÜR ÇETİNKAYA

Ülke Orijini : Amerika
Country Origin : U.S.A.

Ürün - Hizmet Kapsamı : Hızlı Servis Restoran Zinciri
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 1954
Year Company Founded : 1954

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2001
Start of Franchising in Türkiye : 2001

Franchisee Adedi : 388
Number of Franchised Stores : 388

Franchise Hedefi :
Targeted Franchise Stores :
2026: Restoranlarımızın bulunmadığı potansiyel bölgeler
/ iller ve AVM'ler

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 40.000 \$ + KDV

Ortalama İşletme Sermayesi :
Required Start-up Capital :
Projenin tipi ve büyüklüğüne göre değişiklik göstermektedir. Detaylı
bilgiye internet sitemiz üzerinden ulaşabilirsiniz.

Reklam Payı Katılımı / Advertising Contribution

Sürekli Franchise Ödemesi / Ongoing Royalty Fee : Toplam %13

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

() Eğitim	Training
() El Kitabı	Handbooks
() Yer Seçimi	Site Selection
() Bölge Koruması	Area Protection
() Proje	Planing - Design
() Ortak Reklam	Shared Advertising
() Mal Temini	Product Supply
() Pazarlama	Marketing Materials
() Finansman	Financing
() Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :
Target Franchise Area :
Restoranlarımızın bulunmadığı bölgeler, iller ve AVM'ler de yeni
franchise restoranlar

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :
Franchisee adaylarında standartları karşılayabilecek restoranlara
sahip olmak dışında, öncelikle girişimci bir ruha ve başarıya hırsına
sahip olmalarını tercih ediyoruz. Aynı zamanda, asgari lise mezunu
olması gereken adayların başarılı bir iş geçmişi, yönetim tecrübesi
ve yatırımın gerektirdiği finansal kaynaklara da sahip olmaları
gerekmektedir.

Aranan İş Yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
İş yeri mekânı olarak yaya ve taşıt trafiğinin yoğun olduğu, fast food
işletmeciliğine uygun ana arterler ile süpermarket, sinema, dersane ve
okulların yoğun bulunduğu bölgeler tercih edilmektedir. İş yeri giriş katında
olmalıdır. Inline (cadde) restoran konseptinde, restoranın toplam minimum
300 m² kapalı alana sahip olması, AVM food court konseptinde ise toplam
minimum 120 m² kapalı alana sahip olması gerekmektedir.

Sisteminiz Hakkında :
Own Comments on System :
Burger King; restoranının hazır hale getirip açılmasından itibaren,
lisans süresi boyunca yoğun olarak operasyon, personel eğitimi, insan
kaynakları, mali işler, reklam, pazarlama, satın alma, lojistik ve teknik
destek vermektedir.

BURSA KEBAP EVİ

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Yiyecek - İçecek
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı :
Year Company Founded :
2003 (Helvacı Group tarafından satın alınma yılı: 2010)

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2011
Start of Franchising in Türkiye : 2011

Franchisee Adedi : 150
Number of Franchised Stores : 150

Franchise Hedefi : 2026:175
Targeted Franchise Stores : 2026:175

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 1.250.000 TL + KDV

Ortalama İşletme Sermayesi : 8.000.000 TL - 16.000.000 TL
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı :
Advertising Contribution :
Alınmamaktadır.

Sürekli Franchise Ödemesi :
Ongoing Royalty Fee :
9 Ay %4 - 3 ay %3 (Haziran, Temmuz ve Ağustos)

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :
Target Franchise Area :
Doğu Karadeniz, Ankara, İstanbul, İzmir, Eskişehir, Sivas

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :
Fransa, İspanya, Sırbistan, Karadağ, Özbekistan, Bahreyn, ABD, Kuveyt

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :
Yatırımcı adaylarımızın; girişimci ruhlu, BKE markası yatırımcısı olmanın getirdiği yükümlülüklerden kaçınmayacak, gerekli zaman ve işgücünü bu alanda kullanabilecek aynı zamanda gerekli yatırımı karşılayacak finansal kaynaklara sahip olması da beklenmektedir.

Aranacak İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
Avm'lerde 150 m², caddelerde 250 m² üzeri yerler

Sistemimiz Hakkında :
Own Comments on System :
Her şeyden önce bayi dostu bir markayız. Sektördeki 23 yıllık tecrübemizle, kolay, hızlı ve kârlı bir Franchise sistemine sahibiz. Çok dikkatli bir şekilde yatırımcı adayları profili ve franchise'ı açacağı lokasyonu analiz ediyor. Sözleşmenin imzalanmasından sonraki süreçte şube A'dan Z'ye anahtar teslim bir şekilde hazırlanıyor. Eğitim departmanımızın mağazalarımızda uyguladığı oldukça yoğun ve başarılı program ile operasyonel mükemmellikte hedeflerimize ulaşıyoruz. Son derece başarılı bir lojistik operasyon ile Türkiye'nin dört bir yanındaki mağazalarımıza ürünlerimizi günlük ve taptaze şekilde ulaştırıyoruz. Merkezimizden yürütülen pazarlama çalışmaları ile markamızı 12 ay boyunca ulusal reklamlarla destekliyoruz. Bu anlamda güvenilir bir ortaklığın ve benzersiz bir franchising sisteminin kapılarını açıyoruz.

GIDA

FOOD AND
BEVERAGE



ADRES / ADDRESS

15 Temmuz Mah. Bahar Cad. No:6 Polat İş
Merkezi A Blok Kat:2 Ofis No:5
Güneşli - İstanbul

Tel : +90 212 690 52 52

E-Mail : info@bursakebapevi.com
franchise@bursakebapevi.com

Web : www.bursakebapevi.com

YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE

HELVACI GROUP

YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON

NURDAN KILIÇ

CAJUN CORNER



ADRES / ADDRESS

Kızılırmak Mah. Ufuk Üniversitesi Cad. Next
Level Loft Ofis 4/22 ve
4-26 Çankaya - Ankara

Tel : +90 532 684 87 48

E-Mail : info@cajuncorner.com.tr

Web : www.cajuncorner.com.tr

YETKİLİ FİRMA / AUTHORIZED FRANCHISOR FOR TÜRKİYE

**CAJUN CORNER GIDA
YATIRIMLARI A.Ş.**

YETKİLİ KİŞİ / CONTACT PERSON **ÇINAR KOCAKAHYA**

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Fast - Food
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2017
Year Company Founded : 2017

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2019
Start of Franchising in Türkiye : 2019

Franchisee Adedi : 200 Şube
Number of Franchised Stores : 200 Şube

Franchise Hedefi : 2026: 250+ Şube
Targeted Franchise Stores : 2026: 250+ Şube

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 750.000 TL

Ortalama İşletme Sermayesi : 7.500.000 - 8.500.000 TL
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : %1
Advertising Contribution : %1

Sürekli Franchise Ödemesi : %4
Ongoing Royalty Fee : %4

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Türkiye - Avrupa - Orta Doğu
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :

Overseas Expansion Goals :

İngiltere - Malta - Almanya - Hollanda - Irak
Cajun Corner olarak, uluslararası pazarda büyüme stratejimizi doğrultusunda 2026 yılı içerisinde yurt dışında ilk 5 şubemizi açmayı ve operasyonlarımızı 5 farklı ülkeye taşımaya hedefliyoruz. Amacımız; Cajun Corner kültürünü, özgün lezzetlerini ve benzersiz müşteri deneyimini global bir kitleyle buluşturarak markamızı dünya çapında güçlü ve sürdürülebilir bir konuma taşımaktır. Bu büyüme sürecinde en büyük önceliğimiz; kalite standartlarımızdan ödün vermeden, "Yerli ve Milli" kimliğimizi koruyarak her ülkenin dinamiklerine uygun lokal stratejiler geliştirmektir. Her pazarda kültürel adaptasyonu doğru kurgularken, marka özümüzü ve operasyonel mükemmeliyet anlayışımızı koruyarak sürdürülebilir bir başarı elde etmeyi hedefliyoruz. Cajun Corner, ulusal pazardaki güçlü varlığını uluslararası arenaya taşıyarak yalnızca bir restoran zinciri değil, global ölçekte bir trend ve yaşam tarzı markası olmayı amaçlamaktadır.

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :

Franchise sorumluluklarının bilincinde olan, markamızın misyon ve vizyonunu benimseyerek işletmesini kendi işi gibi sahiplenebilecek ve sürdürülebilir başarı için aktif sorumluluk alabilecek adaylarla iş birliği yapmayı hedefliyoruz.

Aranılan İş Yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

Şube lokasyonları için minimum alan gereksinimi; cadde mağazalarında 100 m², AVM konseptinde ise minimum 70 m² olup, daha büyük metrekareler tercih sebebidir. Seçilecek lokasyonlarda baca probleminin bulunmaması zorunludur.

Tercih edilen lokasyonlar; şehir merkezlerinde, yaya ve araç trafiğinin yoğun olduğu ana cadde ve sokaklar ile alışveriş merkezleridir.

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :

www.cajuncorner.com.tr/franchise

CAJUN CORNER®



**DAYANA-
MAYACAĞAK-
SIN!**



FRANCHISE HAKKINDA BİLGİ ALMAK İÇİN:

0532 684 87 48

**FOOD
IS
ART**

COFFY

COFFY

ADRES / ADDRESS

Maslak Mah. Büyükdere Cad. No:245-245 C Uso
Center Kat:6 34398 Sarıyer - İstanbul

Tel : +90 212 280 96 36

E-Mail : frfirsatlari@coffy.com.tr

Web : www.franchiseirsatlari.coffy.com.tr

YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE

PİZZA RESTAURANTLARI A.Ş.

YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON

ZAFER YILDIZ

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Kafe
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2009
Year Company Founded : 2009

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2021
Start of Franchising in Türkiye : 2021

Franchisee Adedi : 148
Number of Franchised Stores : 148

Franchise Hedefi : 2026: 180+
Targeted Franchise Stores : 2026: 180+

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 10.000 \$

Ortalama İşletme Sermayesi : 190.000 \$
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : %2
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : %4
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input checked="" type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Türkiye Geneli
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :
Hindistan, Orta Doğu, Azerbaycan ve Gürcistan

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :
Yeterli finansal birikime sahip, işinin başında istikrarla duracak ve büyüme hedefinde olan yatırımcılar.

Investors with adequate financial capacity, strong operational commitment, and clear growth ambitions that are aligned with the company vision.

Aranacak İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

Şubelerimizin yoğun yaya trafiğinin bulunduğu ticari aks üzerinde görünen bir lokasyonda olmasını tercih ediyoruz. Bununla birlikte, dış alanı / kış bahçesi olan lokasyonlar da tercih sebebimiz.

We prefer our stores to be located in visible positions along commercial axes with high pedestrian traffic. Additionally, locations with outdoor seating areas are also among our preferred options

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :

DP Eurasia çatısı altında ilk şubesini Ekim 2019'da İstanbul Kadıköy'de açan Coffy; Türk kahve kültürünün geleceğini şekillendirmek üzere yola çıktı. Yaratıcı, aktif ve yeniliklere açık ekibi, sektörde benzeri bulunmayan konsepti ve yatırımcılara sunduğu güçlü franchising sistemi ile kısa zamanda büyüme adımları attı. Güncel durumda 200 dükkanımızla 44 ilde faaliyet gösteriyoruz. 2026 yıl sonu itibarıyla 250+ Coffy şubesine ulaşmayı planlıyoruz.

Coffy, which opened its first store in October 2019 in Istanbul Kadıköy under the DP Eurasia umbrella, set out with the vision of shaping the future of Turkish coffee culture. With its creative, dynamic, and innovation-driven team, its unique concept unlike anything else in the market, and its strong franchising system offered to investors, Coffy has taken significant growth steps in a short period of time. We currently operate with 200 stores across 44 cities. By the end of 2026, we aim to reach more than 250 Coffy locations.

FIRSATLAR İKİYE AYRILIR, KAÇIRDIKLARIN



**ve
yakaladıkların!**

Bu yılın en çok kazandıran girişimlerinden dijital kahve noktası Coffy, büyümeye devam ediyor. Kahvenin yeni modeli hızla yükseliyor.

Coffy franchise fırsatlarından yararlanmak için şansınız devam ediyor, acele edin.

COFFY

Coffy ailesine
nasıl katılırm?



**ADRES / ADDRESS**

Altinkum Mah. 432. Sok. Çamlık Cad. Koçak Apt.
No:6 D:1 Konyaaltı - Antalya

Tel : +90 542 782 46 37

E-Mail : info@coffeetainer.com

Web : www.coffeetainer.com

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

SİDEM GIDA İÇECEK A.Ş.

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON**

BATIKAN POYRAZ

COFFEETAINER

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : 3.Nesil kahve evleri tatlı ve unlu mamüller
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2016
Year Company Founded : 2016

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2018
Start of Franchising in Türkiye : 2018

Franchisee Adedi : 9
Number of Franchised Stores : 9

Franchise Hedefi : 2026: 30
Targeted Franchise Stores : 2026: 30

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 900.000 TL.

Ortalama İşletme Sermayesi : 8.000.000 TL
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : %1
Advertising Contribution : %1

Sürekli Franchise Ödemesi : %4
Ongoing Royalty Fee : %4

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : İç Anadolu, Marmara, Karadeniz, Güneydoğu
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : 3 Şube
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :
Çalışkan, finansal yeterlilik, markaya olan tutku

Aranılan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

Bahçeli minimum 150 m² ve üstü. Yaya ve araç trafiğinin olduğu ve nüfusun fazla olduğu yerler.

Sisteminiz Hakkında :**Own Comments on System** :

Günlük düzenli ürün tedarigi, 24 saat saat operasyon incelemesi,
24 saat satış incelemesi, düzenli eğitimler, checklişlerin kontrolü ve uygulanmasını sağlamak.

ÇENGELKÖY BÖREKÇİSİ - KİBAR TANDIR

GIDA

FOOD AND
BEVERAGE

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı :
Product-Service Type :
Börek, Baklava, Kahvaltı Çeşitleri, Simit ve Unlu Mamüller

Kuruluş Yılı : 2004
Year Company Founded : 2004

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2010
Start of Franchising in Türkiye : 2010

Franchisee Adedi : 15
Number of Franchised Stores : 15

Franchise Hedefi : 2026:25
Targeted Franchise Stores : 2026:25

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : Alınmamaktadır.

Ortalama İşletme Sermayesi : 15 milyon TL.
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : %2
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : Alınmamaktadır.
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

(x) Eğitim	Training
(x) El Kitabı	Handbooks
(x) Yer Seçimi	Site Selection
(x) Bölge Koruması	Area Protection
(x) Proje	Planing - Design
(x) Ortak Reklam	Shared Advertising
(x) Mal Temini	Product Supply
(x) Pazarlama	Marketing Materials
() Finansman	Financing
(x) Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :
Alt yapı eksikleri tamamlandıktan sonra

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :
İş tecrübesi. Ödeme koşulları, Marka kurallarına uyum. Ürün kalitesini kontrol etmek.

Aranılan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
Cadde üzeri, yaya trafiği olan yerler, devlet kuruluşlarının olduğu bölgeler ve cephesi geniş dış oturma alanları

Sisteminiz Hakkında :
Own Comments on System :



ADRES / ADDRESS

Güzeltepe Mah. Prof. Beynün Akyavaş Cad.
No:104 Üsküdar - İstanbul

Tel : +90 555 051 22 45

E-Mail : info@cengelkoyborekcisi.com

Web : www.cengelkoyborekcisi.com

YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE

SARAY TURİZM
GIDA SAN. VE TİC.
LTD. ŞTİ.

YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON
ERDOĞAN TAŞÇI



ADRES / ADDRESS

15 Temmuz Mah. Koçman Cad. No:54 A Blok
Kat:5 Demirkol Plaza Güneşli - İstanbul 34212

Tel : +90 212 706 14 54

E-Mail : info@cupsandclouds.com

Web : www.cupsandclouds.com

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

CC COFFEE GIDA A.Ş.

YETKİLİ KİŞİ /

CONTACT PERSON

MUSTAFA TUNCER

CUPS & CLOUDS COFFEE HOUSE

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Yiyecek - İçecek Kahve Hizmetleri
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2019
Year Company Founded : 2019

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2021
Start of Franchising in Türkiye : 2021

Franchisee Adedi : 18
Number of Franchised Stores : 18

Franchise Hedefi : 2026:
Targeted Franchise Stores : 2026:

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 20.000 \$ + KDV

Ortalama İşletme Sermayesi :
Required Start-up Capital :
m²'ye bağlı olarak değişmektedir.
Required Start-up Capital:200-250 bin dolar civarı

Reklam Payı Katılımı : Alınmamaktadır.
Advertising Contribution : Alınmamaktadır.

Sürekli Franchise Ödemesi :
Ongoing Royalty Fee :
Royalty Bedeli aylık net cironun (kdv hariç)
% 5 olarak tahsil edilir.

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :
Target Franchise Area :
İstanbul, İzmir, Ankara, Antalya, Bursa, Üniversiteler, Havalimanları

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :
Fransa, Almanya, Körfez Ülkeleri

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :
Owner Operator olması tercih sebebi / Daha Önceden Franchise deneyimi olan

Aranacak İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

Sisteminiz Hakkında :
Own Comments on System :

CUPS & CLOUDS®
COFFEE HOUSE



Franchise fırsatlarımız ile
kazançlı bir gelecek sizi bekliyor.
**Yeni nesil konseptimizle,
eşsiz lezzetimizi kazanca dönüştürün.**

İSTANBUL HAVALİMANI ● DIŞ HATLAR GİDİŞ BOSPHORUS KATI (F15) ● DIŞ HATLAR GİDİŞ (B PİERİ) ● DIŞ HATLAR GİDİŞ (F PİERİ)
İÇ HATLAR GİDİŞ ● GELEN YOLCU KARŞILAMA KATI ● GELEN YOLCU METRO KATI ✎ DIŞ HATLAR GİDİŞ BOSPHOURS KATI (F37)

İSTANBUL NİVO ATAKÖY ● İSTANBUL PELİCAN MALL AVM ● İSTANBUL ASOY CEVİZLIBAĞ ● İSTANBUL ÇEKMEKÖY ÖZYEGİN ÜNİVERSİTESİ
İSTANBUL VIALAND AVM ● GAZİANTEP ŞEHİR HASTANESİ / A-B POLİKLİNİKLER KAPISI ● GAZİANTEP ŞEHİR HASTANESİ / C-D POLİKLİNİKLER KAPISI
İSTANBUL BAŞAKŞEHİR ÇAM VE SAKURA ŞEHİR HASTANESİ ● İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ ● İSTANBUL YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ BEŞİKTAŞ KAMPÜSÜ
İSTANBUL ORTAKÖY ● ANTALYA HAVALİMANI DIŞ HATLAR TERMİNALİ ● SAKARYA KIRKPINAR ● İRAK ● SAKARYA CADDE 54 AVM
TRABZON BEŞİRLİ ● AMMAN BOULEVARD ● ADANA ŞEHİR HASTANESİ ✎ ANKARA BEŞTEPE ✎ İSTANBUL/AVCILAR E5

**ADRES / ADDRESS**

Mimar Sinan Merkez, Eski Londra Asfaltı Cad.
No:87/1, 34535 Büyükdere - İstanbul

Tel : +90 444 21 26

E-Mail : info@cigkoftem.com

Web : www.cigkoftem.com

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

EM GROUP GIDA SAN.

TİC. LTD. ŞTİ.

YETKİLİ KİŞİ /

CONTACT PERSON

FRANCHISE DEPARTMANI

ÇİĞKÖFTEM

Ülke Orijini / Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı/ Product-Service Type :
Yiyecek-İçecek |Food and Beverage

Kuruluş Yılı / Year Company Founded : 1993

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2007
Start of Franchising in Türkiye : 2007

Franchisee Adedi : 475
Number of Franchised Stores : 475

Franchise Hedefi : 2026: 35
Targeted Franchise Stores : 2026: 35

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : Alınmıyor | None
Konsept Ekipman Bedeli (TR) | Concept Equipment Fee (TR):
299.000 TL

Ortalama İşletme Sermayesi (TR) | Required Start-up Capital (TR):
650.000 TL

Reklam Payı Katılımı / Advertising Contribution : Alınmıyor | None

Sürekli Franchise Ödemesi / Ongoing Royalty Fee :Alınmıyor | None

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya, Samsun başta olmak üzere Türkiye geneli.

Target Franchise Area : Throughout Türkiye, primarily in İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya and Samsun.

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : Almanya, Fransa, Hollanda, Belçika, Avusturya, İsviçre, Polonya, İspanya ve Dubai'de kurulu bir şube ağına sahip olan şirketimiz, şu anda yeni Avrupa pazarlarına girmeye odaklanmış durumda.

Overseas Expansion Goals :With an established branch network in Germany, France, the Netherlands, Belgium, Austria, Switzerland, Poland, Spain and Dubai we are now focused on accelerating our expansion into new European markets.

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler: Girişimci ruh, gerekli finansal altyapı, marka standartlarına bağlılık, işinin başında durması, insan ilişkilerinde başarılı olması, hijyen kurallarına tam uyum sağlama
Required Franchisee Profile : An entrepreneurial mindset, sufficient financial capacity, commitment to brand standards, hands-on involvement in daily operations, strong interpersonal skills, and full compliance with hygiene standards.

Aranacak İş Yeri Özellikleri: İşlek caddeler, AVM'ler gibi iş potansiyeli yüksek yerlerde ortalama 25 m² dükkan yada ortalama 9 m² stand alanı. (Davlumbaz baca sistemi gerektirmez.)

Site Selection Criteria :

Locations with high commercial potential, such as busy high streets and shopping malls, with either an average store size of 25 m² or an average kiosk/stand area of 9 m². No exhaust hood or flue system is required.

Sisteminiz Hakkında : Çiğköftem franchise sistemi, güçlü marka bilinirliği, standartlaştırılmış operasyon yapısı ve sürdürülebilir bir iş modeli üzerine kurulmuştur. Franchise ortaklarımıza lokasyon seçimi, mağaza kurulumu, ürün tedariki, eğitim, operasyon ve pazarlama konularında uçtan uca destek sağlıyoruz. Amacımız, yatırımcılarımız için karlı ve ölçeklenebilir bir iş modeli oluştururken, her lokasyonda tutarlı kalite ve müşteri deneyimi sunmaktır.

Own Comments on System :

The Çiğköftem franchise system is built on strong brand recognition, standardized operations, and a sustainable business model. We provide our franchise partners with end-to-end support in site selection, store setup, product supply, training, operations, and marketing. To ensure an attractive and efficient franchise structure, we do not charge any revenue share or monthly franchise fee. Our goal is to create a profitable and scalable business model for our investors while delivering consistent quality and customer experience at every location.

ÇİĞKÖFTEM



AVRUPA'NIN 1 NUMARASI ile
kendi işini kur, keyifli bir kazancın
mutluluğunu yaşa!

MUTLULUĞA ORTAK OL!



Kamerasız okur, şifresizden başlarsın kur.

-  [cigkoftem-official](#)
-  [cigkoftem](#)
-  [cigkoftem](#)
-  [cigkoftem1993](#)

DİLEK PASTANESİ



ADRES / ADDRESS

Fabrika Deliklikaya Mah. Feshane Cad. No:7
Arnavutköy - İstanbul

Tel : +90 212 671 70 34

E-Mail : dilekpastanesi@dilek.com.tr

Web : www.dilekpastanesi.com.tr

YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE

FATİH DİLEK GIDA A.Ş.

YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON

CABİR YAZICI

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Pastane, Cafe, Restaurant
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 1957
Year Company Founded : 1957

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2005
Start of Franchising in Türkiye : 2005

Franchisee Adedi : 75
Number of Franchised Stores : 75

Franchise Hedefi : 2026:20
Targeted Franchise Stores : 2026:20

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee :

Ortalama İşletme Sermayesi : Min. 5.000.000 TL.
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı :
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : %2
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :

Target Franchise Area :
Türkiye, Avrupa, Ortadoğu ve Afrika da bulunan mevcut mağazalarımıza ilave yeni mağazalar açarak büyümeyi hedeflemekteyiz.

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :

Overseas Expansion Goals :
Mevcut yapıda yurt dışı şubelerimizin sayısını arttırmak.

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :
Girişimci ruha sahip olmak ve kurumsal yapıya uyum sağlamak.

Aranacak İş Yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

Bahçe ve otopark alanı olması mağazanın tercih sebebidir.

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :

Tüm pasta ve restoran ürünleri merkez fabrikamızda üretilip şubelere sevk edilmektedir.

İstanbul Deliklikaya Endüstriyel Sanayi Bölgesinde 30.000 m² kapalı alan fabrikamızda üretilmektedir.

Pastacılık sektöründe toptan satış ağını devreye alarak üretim yapan pastanelere imalat ve personel istihdamı yapmalarına gerek kalmadan ürün temini yapmaktayız.

2025 yılında 35 şubesi bulunan Foccacia Markasını satın alarak bünyemize katmış bulunmaktayız. Bunu yanı sıra Colado Kahve markasını kurarak 8. Şubemizi açtık. 2026 yılı sonuna kadar 35 şube açmayı hedeflemekteyiz.

Dilek®

1957

Dilek

**DİLEĞİNİZİ
GERÇEKLEŞTİRİN!
KENDİ İŞİNİZİN SAHİBİ OLUN.**



**BAŞARIYI DİLEYİN,
FRANCHISE FIRSATINI YAKALAYIN.**

Focaccia

Dilek® COLADO

☎ 0212 809 25 24

✉ info@dilek.com.tr

🌐 www.dilek.com.tr

DOMİNO'S



ADRES / ADDRESS

Maslak Mah. Büyükdere Cad. No:245-245C Uso
Center Kat:6 34398 Sarıyer - İstanbul

Tel : +90 212 280 96 36

E-Mail : frfirsatlari@dominos.com.tr

Web : www.franchisefirsatlari.dominos.com.tr

YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE

PİZZA RESTAURANTLARI A.Ş.

YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON

ZAFER YILDIZ

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Yeme & İçme - Hızlı Servis Restoran
Product-Service Type : Food & Beverage - Quick Service Restaurants

Kuruluş Yılı : 1996
Year Company Founded : 1996

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2000
Start of Franchising in Türkiye : 2000

Franchisee Adedi : 686
Number of Franchised Stores : 686

Franchise Hedefi : 2026: 720+
Targeted Franchise Stores : 2026: 720+

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 20.000 \$

Ortalama İşletme Sermayesi : 150.000 \$
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : %4
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : %8
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input checked="" type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Türkiye geneli
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :
Yeterli finansal birikime sahip, işinin başında istikrarla duracak ve büyüme hedefinde olan yatırımcılar.

Required Franchisee Profile: Investors with adequate financial capacity, strong operational commitment, and clear growth ambitions that are aligned with the company vision.

Aranılan İş Yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

Cadde, sokak AVM farketmeksizin Tüm Türkiye genelinde paket servis ihtiyacı olan lokasyon. Fırsat olan bölgeler düzenli olarak web sitemizde güncellenmekte (<https://franchisefirsatlari.dominos.com.tr/>)

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :

Franchise adayları, web sitemiz üzerinden <https://franchisefirsatlari.dominos.com.tr/> başvurularını gerçekleştirebilir.



FRANCHISE FIRSATLARI



APP'İ İNDİR



AYRINTILI BİLGİ İÇİN:

0212 280 96 36

franchisefirsatlari.dominos.com.tr



ADRES / ADDRESS

Aydoğmuş Mah. Metin Oktay
Caddesi No:14 Kepez - Antalya

Tel : +90 532 100 48 43

E-Mail : franchise@dospresso.com

Web : www.dospresso.com

YETKİLİ FİRMA / AUTHORIZED FRANCHISOR FOR TÜRKİYE

**BOMBTEA GIDA
VE İÇECEK LTD. ŞTİ.**

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON
FAHRETTİN ASLAN**

DOSPRESSO DONUT & COFFEE

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı :
Product-Service Type :
Coffee, donut, bakery, cheesecake, sandviç,
focaccia, ciabatta, soğuk içecekler

Kuruluş Yılı : 2011
Year Company Founded : 2011

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2018
Start of Franchising in Türkiye : 2018

Franchisee Adedi : 37
Number of Franchised Stores : 37

Franchise Hedefi : 2026: Seçili lokasyonlarda büyüme
Targeted Franchise Stores :

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 15.000 EURO

Ortalama İşletme Sermayesi : 180.000 EURO
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : %1
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : %3 (ilk yıl yok)
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input checked="" type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Türkiye geneli seçili A lokasyonlar
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :
2027'de Avrupa ilk şube; Amerika ve Mısır master franchise hedefi.

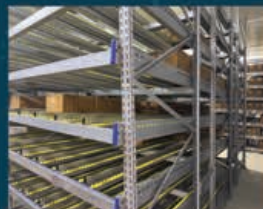
Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :
Marka standartlarına uyumlu, yatırım gücü olan, operasyonu takip edebilen girişimciler.

Aranılan İş Yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
Yüksek görünürlük, güçlü yaya trafiği, iyi cephe, doğru lokasyon.

Sisteminiz Hakkında :
Own Comments on System :
Merkezi üretim, geniş ürün yelpazesi, AI destekli franchise yönetimi ve self-service kiosk altyapısı ile çalışan yeni nesil café-bakery sistemi.



DOSPRESSO, klasik mağazacılığın ötesine geçerek;
Üretim, AR-GE, Lojistik ve Eğitim süreçlerini kendi içinde yöneten nadir, belki de Tek Franchise Sistemidir.





ADRES / ADDRESS

Aydınevler Mah. Sanayi Cad. ETS Plaza
No:32/5 Maltepe - İstanbul

Tel : +90 216 504 40 61

E-Mail : franchise@doyyoyo.com

Web : www.doyyoyo.com

YETKİLİ FİRMA / AUTHORIZED FRANCHISOR FOR TÜRKİYE

FRESH FOOD ARTS GIDA A.Ş.

YETKİLİ KİŞİ /

CONTACT PERSON

SELAHATTİN BOZKAYA

DOYUYO!

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Restoran
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2019
Year Company Founded : 2019

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2019
Start of Franchising in Türkiye : 2019

Franchisee Adedi : 65
Number of Franchised Stores : 65

Franchise Hedefi : 2026: +25
Targeted Franchise Stores : 2026: +25

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 1.000.000 TL + KDV

Ortalama İşletme Sermayesi : 400.000 - 500.000 \$
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : %0,5
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : %5
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input checked="" type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Tüm Türkiye
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :

Overseas Expansion Goals :
Libya, Abu Dabi, Suudi Arabistan, Kuveyt ve Azerbaycan gibi Türk Devletleri, Almanya, İspanya ve Rusya

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :

Doyyoyo, "Doğru Nokta, Doğru Yatırımcı" stratejisiyle büyüyen bir franchise anlayışına sahiptir. Bu strateji, yatırımcılara destek sağlamayı ve en doğru noktalarda şube açmayı amaçlamaktadır. Doyyoyo franchise yatırımcılarında; işletmecilik ve yöneticilik vasıflarının yanında, finansal güç ve restoranlarıyla yakından ilgilenme özelliklerini aramaktadır.

Aranılan İş Yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

Alışveriş Merkezleri ve yaya trafiği yoğun caddeler.

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :

2019 yılında PardoFood çatısı altında temelleri atılan Doyyoyo, kısa sürede yeme-içme sektöründe fark yaratarak hızlı bir büyüme ivmesi yakaladı. Geleneksel fast food anlayışını yıkarak "fast-casual" konseptini benimseyen marka; kaliteli hammadde, gurme marinasyon teknikleri ve şık restoran deneyimini bir araya getiriyor.

Lezzetin Sırrı ve Özgün Konsept

Doyyoyo'nun başarısının merkezinde, 12 saat boyunca özel baharatlarla marine edilen baby fileto tavuklar yer alıyor. Bu imza lezzet; pesto cheddar fusilli, taze coleslaw ve özel soslarla tamamlanarak masaya servis hizmetiyle sunuluyor. Restoranlar, sadece bir yemek alanı değil, konforlu ve modern birer yaşam alanı olarak tasarlanıyor.

Yaygın Ağ: Bugün Türkiye genelinde 80 şubeye ulaşan marka, 2026 sonuna kadar 100 şubeyi aşmayı hedefliyor.

Güçlü Ortaklık: Yatırımcılarına yer seçiminden personel teminine, pazarlamadan lojistiğe kadar tam destek sağlayan Doyyoyo, işletmede aktif rol almak istemeyenler için merkezi yönetim sistemi opsiyonu da sunuyor. Müşteri odaklı vizyonu ve sürekli gelişen AR-GE altyapısıyla Doyyoyo, sektördeki standartları yükseltmeye devam ediyor.



DOYUYO!

GOURMET FRIED CHICKEN & BURGER

Türkiye'nin Gurme Çıtır Tavuk Markası DoYuyo!

DoYuyo!'nun yatırımcı ailesine katılmak için
başvurularınızı franchise@doYuyo.com
adresine gönderebilirsiniz.



ANLATILMAZ YENİR!

doYuyo.com  /doYuyotr

DÜRÜMCÜ ESNAF



ADRES / ADDRESS

Bulgurlu Cad. No:115 D:A 34696
Üsküdar - İstanbul

Tel : +90 532 705 61 63

E-Mail : info@durumcuesnaf.com

Web : www.durumcuesnaf.com

YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE

DÜRÜMCÜ ESNAF
GIDA SAN. VE
TİC. LTD. ŞTİ.

YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON
MURAT ALAN

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Dürüm
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2024
Year Company Founded : 2024

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2024
Start of Franchising in Türkiye : 2024

Franchisee Adedi : 30
Number of Franchised Stores : 30

Franchise Hedefi : 2026: 75
Targeted Franchise Stores : 2026: 75

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 500.000 TL.

Ortalama İşletme Sermayesi :
Required Start-up Capital :
5.000.000 TL. - 7.000.000 TL. arasında değişmektedir.

Reklam Payı Katılımı : cirodan %3
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : Alınmamaktadır.
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Türkiye ve Yurt Dışı
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : Var.
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :
İşinin başında durması tercihimizdir.

Aranılan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
75 - 150 m² yaya trafiğinin yoğun bulunduğu caddeler ve AVM'ler

Sisteminiz Hakkında :
Own Comments on System :
www.durumcuesnaf.com

LEZZET ZİNCİRİMİZİN BİR PARÇASI OLUN!

İSTANBUL • İZMİR • ANKARA • ÇANAKKALE • BURSA • AYDIN



HEMEN ARAYIN: +90 532 705 61 63

www.durumcuesnaf.com

© 2025 Dürümcü Esnaf - Tüm Hakları Saklıdır.

Lezzet zincirimizin
bir parçası olun!

**ADRES / ADDRESS**

Gazipaşa Mah. Yavuz Selim Bulv. Trabzon

Tel : +90 532 508 55 88**E-Mail** : info@edwardscoffee.com.tr**Web** : www.edwardscoffee.com.tr**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE****EDWARDS COFFEE****YETKİLİ KİŞİ /****CONTACT PERSON****BORA NUMANOĞLU****EDWARDS COFFEE****Ülke Orijini** : Türkiye
Country Origin : Türkiye**Ürün - Hizmet Kapsamı** :**Product-Service Type** :

Nitelikli kahve çeşitleri, 3. Nesil kahve konsepti, kahvaltı, tatlı, paket kahve satışı, workshop ve kahve deneyim alanları.

Kuruluş Yılı/ Year Company Founded :

1999 (operasyon başlangıcı) / 2008 (şubelenme süreci)

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2007**Start of Franchising in Türkiye** : 2007**Franchisee Adedi** : Aktif ve gelişmekte olan yapı
Number of Franchised Stores :**Franchise Hedefi** : 2026: Türkiye genelinde 15+ yeni şube
Targeted Franchise Stores :**YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS****Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee** : 30.000 \$ - 70.000 \$**Ortalama İşletme Sermayesi** : 100.000 \$ - 250.00 \$
Required Start-up Capital :**Reklam Payı Katılımı** : %2
Advertising Contribution :**Sürekli Franchise Ödemesi** : %5
Ongoing Royalty Fee :**VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED**

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input checked="" type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :**Target Franchise Area** :

Türkiye genelinde; özellikle büyük şehirler, AVM'ler, cadde mağazaları ve turistik bölgeler

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :**Overseas Expansion Goals** :

Körfez ülkeleri, Avrupa ve Türk kahve kültürüne ilgi duyan pazarlar

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :

- Kahve kültürüne ilgi ve tutku
- Hizmet kalitesine önem veren
- Marka disiplinine uyum sağlayan
- Finansal yeterliliğe sahip
- İşin başında aktif durabilecek yatırımcı

Aranılan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

- 45 m² - 150 m² arası alan (kiosk dahil)
- Yüksek yaya trafiği
- AVM, cadde, üniversite çevresi, iş merkezleri
- Görünürlük ve ulaşılabilirlik yüksek lokasyon

Sisteminiz Hakkında :**Own Comments on System** :

Edwards Coffee; kahveyi "topraktan fincana" bir deneyim olarak sunan, Türkiye'de kahve kültürünün gelişimine katkı sağlamış köklü bir markadır.

100'ün üzerinde kahve çeşidi, taze öğütme sistemi ve müşteri deneyimi odaklı mağaza yapısı ile klasik coffee shop anlayışının ötesine geçmektedir.

Standart operasyon sistemi, merkezi tedarik ağı ve sürekli denetim mekanizması ile franchise noktalarında sürdürülebilir kalite ve kârlılık hedeflenmektedir.

CERTIFIED PRODUCT



EDWARD'S COFFEE

PREMIUM QUALITY ROASTERS

1990

YENİ YATIRIMCILARINI ARIYOR

www.edwardscoffee.com.tr

ERCIYES BÖREK



ADRES / ADDRESS

İvedik OSB Mah. 2268. Cad. No:2/1
Yenimahalle - Ankara

Tel : +90 312 394 76 40

E-Mail : franchise@erciyesborek.com
info@erciyesborek.com

Web : www.erciyesborek.com.tr

YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE

TUNAM UNLU MAM.
SAN. VE TİC. A.Ş.

YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON
UĞUR AKSU

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Gıda (Unlu Mamuller)
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2003
Year Company Founded : 2003

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2009
Start of Franchising in Türkiye : 2009

Franchisee Adedi : 23
Number of Franchised Stores : 23

Franchise Hedefi : 2026: 2
Targeted Franchise Stores : 2026: 2

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : Alınmamaktadır.

Ortalama İşletme Sermayesi :
Required Start-up Capital :
3.000.000 TL+KDV - 3.500.000 TL+KDV

Reklam Payı Katılımı : Alınmamaktadır.
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : Alınmamaktadır.
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Ankara ve çevresi
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : Orta Doğu ve Arap Emirlikleri
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :
Marka gücümüzü yükseltecek, işletme prosedürlerini takip eden işine değer veren ve heyecanını markamıza katacak iş ortakları tercih edilmektedir.

Aranılan İş Yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
Cadde ve AVM'ler

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :
Erciyes Börek, yaklaşık 7000 m² kapalı alanı olan üretim mutfağında, birinci sınıf hammadde ile ürettiği börek, baklava, yaprak sarma, mantı gibi geleneksel lezzetlerini "Ev Hanımlarından Sofranıza" ulaştırmaktadır. Yönetim kadroları, üretim elemanları ve lezzet noktalarındaki personel dahil toplam 300 personel kapasitesi ile çalışan Erciyes Börek kaliteli hizmet anlayışından ödün vermeden, bilgi birikimi ve kazanmış olduğu tecrübesini, müşterileri tarafından markasına duyulan güven ve sadakatle birleştirerek, girişimcilere yeni bir yatırım fırsatı sunmaya devam etmektedir.

Erciyes Börek, müşterilerinin damak tadına, geniş franchise ağındaki kolay ulaşılabilir lezzet duraklarında hitap etmektedir. Ankara'da %80 pazar payına sahip Erciyes Börek, Ankara'nın her yerine, "30 dakikada sıcak teslim" sloganıyla ücretsiz teslimat yapmakta; taze ve günlük ürünleri ile kusursuz müşteri memnuniyetini hedeflemektedir.

GLORIA JEAN'S COFFEES

GIDA

FOOD AND
BEVERAGE

Ülke Orijini : Avustralya
Country Origin : Australia

Ürün - Hizmet Kapsamı : Gurme Kahve, Pasta, Satış hizmetleri
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 1979
Year Company Founded : 1979

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 1980 (Amerika) 2012 (Türkiye)
Start of Franchising in Türkiye : 1980 (Amerika) 2012 (Türkiye)

Franchisee Adedi : 225
Number of Franchised Stores : 225

Franchise Hedefi : 2026: 260
Targeted Franchise Stores : 2026: 260

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 30.000,-USD + KDV

Ortalama İşletme Sermayesi : 15-18.000.000, TL.
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı :
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : %6
Ongoing Royalty Fee : %6

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

(x) Eğitim	Training
(x) El Kitabı	Handbooks
(x) Yer Seçimi	Site Selection
(x) Bölge Koruması	Area Protection
(x) Proje	Planing - Design
(x) Ortak Reklam	Shared Advertising
(x) Mal Temini	Product Supply
(x) Pazarlama	Marketing Materials
() Finansman	Financing
(x) Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Türkiye Geneli Potansiyel Lokasyonlar
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :
Finansal yeterlilik, iş/marka aidiyeti

Aranacak İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
Min. 300 m², min. 10 M. Cephe genişliği, Yaya ve araç trafiği yoğun lokasyonda, sürdürülebilir kira bütçesi

Sisteminiz Hakkında :
Own Comments on System :
Düşük işletme maliyeti, Kuvvetli know-how, sürekli eğitim/denetim, yüksek kârlılık



ADRES / ADDRESS

Esentepe Mah. Büyükdere Cad. Maya Akar
Center No:102 K:9 D:74 Şişli - İstanbul

Tel : +90 531 724 50 66

E-Mail : info@gloriajeans.com.tr
iletisim@gloriajeans.com.tr

Web : www.gloriajeans.com.tr

YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE

DİNÇERLER GIDA
İŞLETMELERİ A.Ş

YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON
GÜRCAN KIZILIRMAK

ESTO LAHMACUN



ADRES / ADDRESS

Gürpınar Mah. Adnan Menderes Cad. No:7
Esto Tower Beylikdüzü – İstanbul

Tel : +90 501 131 97 10

E-Mail : franchise@estolahmacun.com.tr

Web : www.estolahmacun.com.tr

YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE

ESTO LAHMACUN

YETKİLİ KİŞİ /

CONTACT PERSON

ERKAN TİRYAKİOĞULLARI

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Lahmacun - Pide
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2020
Year Company Founded : 2020

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2023
Start of Franchising in Türkiye : 2023

Franchisee Adedi :
Number of Franchised Stores :

Franchise Hedefi : 2026: 60 şube
Targeted Franchise Stores : 2026: 60 şube

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee :
Franchise fuar özel fiyat 30 Bin Dolar + KDV

Ortalama İşletme Sermayesi :
Required Start-up Capital :
6.000.000 TL ile 7.000.000 tı arası.

Reklam Payı Katılımı : %2
Advertising Contribution : %2

Sürekli Franchise Ödemesi : %3
Ongoing Royalty Fee : %3

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

(x) Eğitim	Training
(x) El Kitabı	Handbooks
(x) Yer Seçimi	Site Selection
(x) Bölge Koruması	Area Protection
(x) Proje	Planing - Design
(x) Ortak Reklam	Shared Advertising
(x) Mal Temini	Product Supply
(x) Pazarlama	Marketing Materials
(x) Finansman	Financing
(x) Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Tüm Türkiye, KKTC, Avrupa
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :
Almanya, Fransa, İspanya, İtalya, ABD, Balkan ülkeleri

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :
Başarılabilir hırslı, yönetim tecrübesi olan, girişimci, yatırımın gerektirdiği finansal kaynaklara sahip olan lider ruhlu franchise adayları tercih edilmektedir.

Aranacak İş Yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
Minimum 150 m² ve üzeri noktalar tercih edilmektedir. Konut yoğunluğu ve park yeri sorunu olmayan merkezi noktalar tercih sebebi olmaktadır.

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :

Esto Lahmacun: Geleneksel Lezzet, Öncü Marka

Ana kalem ürünümüz olan lahmacun, her yaş grubuna hitap eden geleneksel bir lezzettir. Fiyat politikamız sayesinde her kesimden tüketicinin kolayca ulaşabileceği bir konumda yer almaktayız. Esto Lahmacun olarak, satış hacmimizle pazarda lider marka konumundayız. Bu geleneksel ürünü tüketiciye ulaştırırken, doğru içerik ve kaliteli hammadde anlayışımızdan hiçbir surette taviz vermemekteyiz. Bu yaklaşımımız, satış hacmimizin ve kârlılığımızın yüksek seviyelerde seyretmesini doğrudan etkilemektedir.

Neden Bizi Tercih Etmelisiniz?

Marka Güveni: Kaliteli ve standart ürün politikamızla inşa ettiğimiz sağlam itibar.

Hızlı Geri Dönüş: Yatırımın kısa sürede kazanca dönüşmesi.

Kesintisiz Destek: 7/24 sunduğumuz operasyonel destek.

Şeffaflık: Bilgilendirme süreçlerimizdeki açık ve dürüst ilkelerimiz. Firma olarak franchise şubelerimizin her birini merkez şubemiz gibi görmekte ve desteklerimizi bu hassasiyetle sürdürmekteyiz.

Esto

LAHMACUNU
DÜNYAYA
Tanıtım Marka®



10 şehir
30
restoran

Ramazan
CİMEN

@f@in@ / estolahmacun
bizi takip @

Gülpınar Mah. Adnan Menderes Cd. No:7
Esto Tower Beylikdüzü/İstanbul

0501 131 97 10
FRANCHISE DANIŞMA MERKEZİ
www.estolahmacun.com.tr



ADRES / ADDRESS

İnönü, 1996. Sk. No: 20, 41400 Gebze/Kocaeli

Tel : +90 0 850 260 02 72

E-Mail : info@gurmemutfak.com

Web : www.gurmemutfak.com.tr

YETKİLİ FİRMA / AUTHORIZED FRANCHISOR FOR TÜRKİYE

**CRC DANIŞMANLIK VE
ORGANİZASYON ŞİRKETİ**

YETKİLİ KİŞİ /

CONTACT PERSON

FATİH EREN

GURME MUTFAK EV YEMEKLERİ

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin :

Ürün - Hizmet Kapsamı : Gıda
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2016
Year Company Founded : 2016

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2022
Start of Franchising in Türkiye : 2022

Franchisee Adedi : 75 (+10 inşaat sürecinde)
Number of Franchised Stores :

Franchise Hedefi : 2026: 100
Targeted Franchise Stores : 2026: 100

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee :

Ortalama İşletme Sermayesi : 500.000 TL
Required Start-up Capital : 500.000 TL

Reklam Payı Katılımı : %3
Advertising Contribution : %3

Sürekli Franchise Ödemesi :
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Tüm Türkiye
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :
Marka ile uyumlu çalışma, yeterli finansal güç, ticari tecrübe

Aranacak İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
30 m² düz giriş, ön cephe

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :

Gurme Mutfak, 2021 yılında başlayan paket yemek üretimi ve satış sürecini, İstanbul, Ankara, İzmir başta olmak üzere 20 şehirde 75 şube ile hizmet vermeye devam etmektedir. 2026 yılı sonu itibarıyla, 100'ü aşkın şube sayısı, günlük 80.000 üretim kapasitesi ve 70'den fazla yemek çeşidi ile sektöründe öncü firma olma konumunu sürdürmeyi hedeflemektedir.

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Restoran / Yeme-içme
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 1965
Year Company Founded : 1965

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 1992
Start of Franchising in Türkiye : 1992

Franchisee Adedi : 52
Number of Franchised Stores : 52

Franchise Hedefi : 2026:15
Targeted Franchise Stores : 2026:15

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 15.000 \$

Ortalama İşletme Sermayesi : 150.0000 \$
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : %1
Advertising Contribution : %1

Sürekli Franchise Ödemesi : %6
Ongoing Royalty Fee : %6

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

(x) Eğitim	Training
(x) El Kitabı	Handbooks
(x) Yer Seçimi	Site Selection
() Bölge Koruması	Area Protection
(x) Proje	Planing - Design
(x) Ortak Reklam	Shared Advertising
(x) Mal Temini	Product Supply
(x) Pazarlama	Marketing Materials
(x) Finansman	Financing
(x) Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Türkiye ve Tüm Dünya
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :

Aranacak İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
Dükkanın merkezi k cadde de ve köşe dükkan olması

Sistemimiz Hakkında :

Own Comments on System :

1993 yılından bu yana Türkiye genelinde onlarca restoranı ile hizmet veren Hacıoğlu, restoranlarının %90'ının franchising sistemiyle işletiliyor olması sayesinde başarısını ve güvenilirliğini kanıtlamış bir hızlı servis restoran zinciridir. Hacıoğlu markası altına giren

işletmeciler; lokasyon seçiminden dekorasyona, teknik ekipmandan personel eğitimine kadar her aşamada uzman bir kadronun tam desteğini alarak, riskin minimize edildiği ve denenmiş bir iş modeline sahip olurlar. Girişimci bir ruha sahip, işinin başında aktif olarak durabilecek adaylar için sunulan bu sistemde, 60.000 \$'dan başlayan yatırım bedeli yaklaşık 36 ay gibi makul bir sürede geri dönerken; %5 franchise bedeli ve %2 reklam fonu katkısıyla ulusal çapta yürütülen dev pazarlama kampanyalarının gücünden yararlanılır. Üç aylık yoğun bir eğitim programıyla işletme yönetiminin tüm inceliklerini öğrenen adaylar, sadece bir restoran işletmecisi değil, aynı zamanda AR-GE, lojistik, mali ve hukuki danışmanlık gibi dev bir ekosistemin parçası olarak yüksek maddi ve manevi tatmine ulaşırlar. Sürekli denetimler ve istatistiksel analizlerle verimliliğin en üst düzeyde tutulduğu Hacıoğlu sisteminde, hazır müşteri kitlesinin güveni ve markanın saygınlığı sayesinde sürdürülebilir bir ticari başarı garanti altına alınır. Bu profesyonel yapı içerisinde yatırımcılar, global standartlardaki operasyonel hıza yerel damak tadının eşsiz gücünü ekleyerek rekabetin ötesine geçerler. Geleceğin gıda vizyonunu bugünün tecrübesiyle birleştiren bu ortaklık, her bir şubeyi markanın sarsılmaz prestijinin yerel bir kalesi haline getirir.



ADRES / ADDRESS

Cevizli Mah. Tuğayyolu Cad. No:20B /12
Maltepe - İstanbul

Tel : +90 216 387 30 30

E-Mail : operasyonlar@hacioglu.com.tr

Web : www.hacioglu.com.tr

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE
HACIOĞLU**

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON
MERYEM AKSU**

HATAYCA



ADRES / ADDRESS

Kentkoop Mah. Batıkent Bulvarı Meydan AVM,
No:255/22 Yenimahalle - Ankara

Tel : +90 555 036 06 31

E-Mail : hataycabatikent@gmail.com

Web : www.hatayca.com.tr

YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE

HATAYCA

YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON

MESUT BAŞ

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı :
Product-Service Type :

Antakya mutfağının zengin ve eşsiz lezzetlerini, alanında uzman kadrosu ile hijyenik ve sağlıklı ortamlarda, en kaliteli malzemeleri kullanarak üretmekte ve müşterilerine sunmaktadır. Bu kapsamda geleneksel Hatay dönerinin hazırlanması, günlük taze döner üretimi ve sunumu temel faaliyetler arasında yer almaktadır.

Kuruluş Yılı : 2018
Year Company Founded : 2018

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2022
Start of Franchising in Türkiye : 2022

Franchisee Adedi : 12
Number of Franchised Stores : 12

Franchise Hedefi : 2026:20
Targeted Franchise Stores : 2026:20

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee :

Ortalama İşletme Sermayesi / Required Start-up Capital :
Lokasyon ve mağaza büyüklüğüne göre değişmekle birlikte ortalama yatırım maliyeti 7- 8 milyon TL arasında değişmektedir. Bu maliyete dekorasyon, ekipman, eğitim ve açılış desteği dahildir.

Reklam Payı Katılımı / Advertising Contribution :
Reklam katkı bedeli bulunmamaktadır.

Sürekli Franchise Ödemesi / Ongoing Royalty Fee :
Ciro pay bedeli %3+KDV

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge / Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : Overseas Expansion Goals :

Hatayca, Antakya mutfağının eşsiz lezzetlerini uluslararası pazarlara taşıyarak global bir marka olmayı hedeflemektedir. Bu doğrultuda, öncelikli olarak Türk mutfağına ilginin yüksek olduğu ülkelerde konumlanarak, marka bilinirliğini artırmak ve "en lezzetlisi" anlayışını dünya genelinde temsil etmek amaçlanmaktadır. Yurt dışı yapılanmasında; kalite, hijyen ve lezzet standartlarından ödün vermeden, yerel pazar dinamiklerine uyum sağlayan bir hizmet modeli benimsenmektedir. Güçlü iş ortaklıkları ve franchise sistemi ile büyümeyi planlayan Hatayca, sürdürülebilir bir uluslararası marka kimliği oluşturarak müşteri memnuniyetini global ölçekte sağlamayı hedeflemektedir.

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :

Hatayca olarak, markamızın temsilini en iyi şekilde üstlenecek iş ortaklarını seçmeye özen gösteriyoruz. Öncelikle, markamızın değerlerini ve müşteri memnuniyeti felsefesini içselleştirmiş, güçlü bir işletmecilik disiplinine sahip girişimcileri tercih ediyoruz. Adaylardan beklenen temel kriterler; finansal yeterliliğe sahip olmaları, operasyonel süreçleri yönetebilecek vizyonu taşımaları ve Hatayca'nın ödün vermediği kalite standartlarına bağlılık göstermeleridir. Bizim için ideal franchise sahibi, markayı sadece işleten değil, aynı zamanda büyüten bir ortaktır.

Aranılan İş Yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

Antakya lezzetlerini uzman kadro, yüksek hijyen ve taze içeriklerle kurumsal bir marka çatısı altında sunan, müşteri memnuniyeti odaklı profesyonel iş ortamı.

Sisteminiz Hakkında / Own Comments on System :
Ayrıntılı bilgi için; www.hatayca.com.tr

Hatayca



#ENLEZZETLİSİ

Franchise Bilgi Hattı:

0 555 036 06 31

444 1 683



/Hatayca

hataycabatikent@gmail.com



ADRES / ADDRESS

Karadeniz Mah. Eski Mah. Eski Edirne Asfaltı
Cad. Venezia Mega AVM No: 408 J Blok J/29
Gaziosmanpaşa - İstanbul

Tel : +90 212 640 76 53

E-Mail : info@hotdoner.com

Web : www.hotdoner.com

YETKİLİ FİRMA / AUTHORIZED FRANCHISOR FOR TÜRKİYE

**ESN RESTORANLARI GIDA
TİCARET A.Ş.**

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON
ERCAN YILMAZ**

HOT DÖNER

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Hatay Soslu Tavuk Döner Restoranları
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2011
Year Company Founded : 2011

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2015
Start of Franchising in Türkiye : 2015

Franchisee Adedi : 95
Number of Franchised Stores : 95

Franchise Hedefi : 2026:
Targeted Franchise Stores : 2026:

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 400.000 TL.

Ortalama İşletme Sermayesi : 4.500.000 TL.
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : Alınmamaktadır.
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : %2 Ciro Primi
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input checked="" type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Türkiye
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : Var
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :

- Sektöre dinamiklerine uygun bir yapıya sahip olması.
- Eğitim, gelişim ve denetime açık olması.
- İşletmenin başında kendisinin ya da atayacağı bir profesyonelin bulunması.
- Yeterli sermayeye sahip olması.

Aranacak İş Yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

Yüksek iş hacimli ve yaya trafiğinin yoğun bulunduğu caddelerde geniş cepheye sahip lokasyonlar öncelikle aradığımız özelliklerdendir.

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :

- Franchise için yeni ve doğru insan kaynağının oluşturulması,
- Marka bilinirliğinin profesyonel marka yönetimiyle artırılması,
- Franchise performans koçluğu,
- Franchise eğitim sisteminin kurulması,
- Franchise bölgesel reklam desteğinin verilmesi,
- Franchise kârlılık ve rakip analiz süreçlerinin oluşturulması ve geliştirilmesi,
- Düzenli franchise toplantıları yapılarak sorun - çözüm ortamının oluşturulması,
- Bayi kârlılık oranlarını yükseltici bayiye özel çözümler üretilmesi

hot döner

özel soslu HATAY döneri

TÜRKİYE'Yİ SARAN LEZZET



Franchise Bilgi Hattı:

0534 797 87 00

0850 302 30 93

 / hotdoner

info@hotdoner.com - www.hotdoner.com

ICEBERRY NATURAL



ADRES / ADDRESS

Varlık Mah. Şakrak Cad. Polat Apt. No:21-A
Muratpaşa - Antalya

Tel : +90 539 670 52 57

E-Mail : info@iceberry.com.tr

Web : www.iceberry.com.tr

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

**ICEBERRY GLOBAL
GIDA VE TİC. LTD. ŞTİ.**

YETKİLİ KİŞİ /

CONTACT PERSON

**FRANHİSE DİREKTÖRÜ
ERÇİN ERKMEK**

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı :
Product-Service Type :

Frozen yogurt, kahve, waffle, bubble waffle, cup tatlılar, magnolya, bubble tea, milkshake, smoothie, frozen ve pasta çeşitleri sunan yeni nesil cafe konsepti.

Kuruluş Yılı : 2011
Year Company Founded : 2011

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2014
Start of Franchising in Türkiye : 2014

Franchisee Adedi : 50+ şube (4 ülkede)
Number of Franchised Stores : 50+ şube (4 ülkede)

Franchise Hedefi : 80+ şube
Targeted Franchise Stores : 80+ şube

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 10.000 \$

Ortalama İşletme Sermayesi :
Required Start-up Capital :
40.000 - 90.000 € (konseptte göre değişmektedir)

Reklam Payı Katılımı : Lokasyona göre belirlenmektedir.
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : %3 Royalty (brüt ciro üzerinden)
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :
Target Franchise Area :
Türkiye geneli, Avrupa, Orta Doğu ve Türki Cumhuriyetler.

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :
Master franchise anlaşmaları ile özellikle Orta Doğu, Avrupa ve Türki Cumhuriyetler pazarlarında büyümek.

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :
Girişimci ruha sahip, marka standartlarına uyum sağlayabilecek, operasyon disiplinine sahip ve müşteri deneyimini ön planda tutan yatırımcılar tercih edilmektedir.

Aranılan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
Alışveriş merkezleri, yoğun yaya trafiği bulunan caddeler, üniversite çevreleri ve turistik bölgeler.
6 m² - 1000 m² arasında farklı konseptlere uygun lokasyonlar.

Sisteminiz Hakkında :
Own Comments on System :
Iceberry, doğal ve taze ürünlerle oluşturduğu geniş menüsü ve güçlü marka kimliği ile "yeni nesil cafe" kategorisinde büyüyen bir zincirdir. Farklı yatırım bütçelerine uygun Cafe, Self Cafe ve Corner konseptleri sayesinde yatırımcılara esnek iş modelleri sunmaktadır. Marka, mimari proje, mağaza kurulumu, ürün tedariki, eğitim, pazarlama ve operasyon desteği sağlayarak yatırımcıların hızlı ve sürdürülebilir şekilde işletme kurmalarını hedeflemektedir. Ar-Ge çalışmalarıyla sürekli gelişen menüsü ve uluslararası büyüme vizyonu ile Iceberry, franchising sistemiyle büyümeye devam etmektedir.

KOMAGENE

GIDA

FOOD AND
BEVERAGE

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı :
Product-Service Type :
Çiğ köfte üretimi, restoran işletmesi, perakende ürünleri satışı

Kuruluş Yılı : 2005
Year Company Founded : 2005

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2005
Start of Franchising in Türkiye : 2005

Franchisee Adedi : 3600
Number of Franchised Stores : 3600

Franchise Hedefi : 2026: 300
Targeted Franchise Stores : 2026: 300

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : Alınmamaktadır.

Ortalama İşletme Sermayesi : 650.000 TL. - 750.000 TL.
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : %6
Advertising Contribution : %6

Sürekli Franchise Ödemesi : Alınmamaktadır.
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Türkiye, Avrupa
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :
2026 yılı sonunda Avrupa genelinde 75 şube sayısına ulaşmak

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :
Yatırımcı adayının öncelikli işi ve sorumluluğunun markamızın işletmecisi olmasını tercih ediyoruz.

Aranılan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
En az 50 m², yaya trafiğinin yoğun olduğu ve tercihen ana caddede üzerindeki lokasyonları tercih ediyoruz.

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :

Tüm Türkiye için kendi üretim tesislerimizde ürettiğimiz ürünleri kendi lojistik ağımla şubelerimizin kapısına kadar götürmekteyiz. Yatırımcılarımızın satışından herhangi bir oranda pay almıyoruz. Kazan - kazan ilkesiyle çalışıyoruz. Her alanda bayilerimizin satışlarını artırmaya yönelik çalışmalar yapıyoruz.

komagene

ADRES / ADDRESS

Ofisim İstanbul Plazaları Cevizli Mah.
Tugay Yolu Cad. No:20 A Blok Kat:6 Ofis
No:29 Maltepe - İstanbul

Tel : +90 216 367 97 00

E-Mail : komagene@komagene.com.tr

Web : www.komagene.com.tr

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

**YÖRPAŞ YÖRESEL YİYECEKLER
PAZARLAMA A.Ş.**

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON
YUSUF YENER**

İRFAN USTA LAHMACUN



ADRES / ADDRESS

Zümrütevler Mah. Ertuğrul Sok. No:14
Maltepe - İstanbul

Tel : +90 216 850 74 33

+90 533 545 02 52

+90 506 588 67 37

E-Mail : franchise@irfanusta.com.tr

Web : www.irfanusta.com.tr

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

**İRFAN USTA YÖRESEL
YİYECEKLER SAN.**

TİC. LTD. ŞTİ.

**YETKİLİ Kişi /
CONTACT PERSON
İRFAN TEMEL**

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı :
Product-Service Type :
Lahmacun, Pide, İçli Köfte, Çiğköfte, Katmer

Kuruluş Yılı : 2014
Year Company Founded : 2014

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2021
Start of Franchising in Türkiye : 2021

Franchisee Adedi : 5
Number of Franchised Stores : 5

Franchise Hedefi : 2026: 5
Targeted Franchise Stores : 2026: 5

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 500.000 TL.

Ortalama İşletme Sermayesi : 5.000.000 TL.
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı :
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : %3
Ongoing Royalty Fee : %3

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :

Target Franchise Area :

Büyük şehirler, paket servisin güçlü olduğu semtler

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : Avrupa, İngiltere, Azerbaycan, İran
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :
İşinin başında olması, paket servisi yönetmesi

Aranacak İş Yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

50-60 m² kapalı alan, paket servise uygun cadde, bacalı mağaza

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :

İrfan Usta Lahmacun, 10 çeşit lahmacun, 15 çeşit pide ile yöresel ,tavuklu, vegan ve vejeteryan lezzetleri, taş fırından, çıtır kıvamda sunmaktadır. Çeşidi ve lezzetiyle rakip tanımayan, her birinin iç malzemesi merkezde hazırlanan ürünler, mağazada hamuru ustalar tarafından hazırlanmaktadır. Ustaların fırıncı eğitimini merkez vermekte olup, az elemanla, küçük mağazada, az masrafla, çok kar elde edilen bir iş modeli sunmaktadır.

Paket servisin en çok satan ürünü olan lahmacunu, İrfan Temel'in 30 yılı aşan tecrübesi ile paket servise hazır hale getirmesi ve sistemi buna göre kurguladığı bir iş modelidir. Bölge korumasıyla açılan mağazaların konumları işlek noktalarda belirlenmekte olup, ürün yelpazesi geniş tutularak, belli ciroya ulaşıncaya yatırımcıya ikinci mağaza açma imkânı sunulmaktadır.

Çeşidi, lezzeti, hızlı servisi ile müşteri sadakati sağlayan, gereksiz yüklerden arınmış, az masraflı, düşük yatırımlı ama çok karlı bir iş modeli. Günde 150 paket satınca yatırımını 12 ayda geri döndürmektedir.



Merkez Şube - Maltepe
Kazasker - Kadıköy
Kavacık - Beykoz
Ataşehir Şubesi
Kadıköy Şubesi



irfanustatr

www.irfanusta.com.tr

İrfan Usta LAHMACUN

10
ÇEŞİT
Lahmacun

Seçim sizden

LEZZET BİZDEN



Antep
Lahmacun



Cevizli
Lahmacun



Harman
Lahmacun



Kaşarlı
Lahmacun



Klasik
Lahmacun



Peymacun
Lahmacun



Urfa
Lahmacun



Vegan
Lahmacun



Atom Lahmacun
Nar Ekşili - Çok acılı



Tavuklu
Lahmacun

ANTEP LAHMACUN

CEVİZLİ LAHMACUN

HARMAN LAHMACUN

KAŞARLI LAHMACUN

KLASİK LAHMACUN

PEYMACUN

URFA LAHMACUN

VEGAN LAHMACUN

ATOM LAHMACUN

TAVUKLU LAHMACUN



ADRES / ADDRESS

Güllübahar Mah. Eren 1 Sok. No:2 Şişli - İstanbul

Tel : +90 535 745 70 57

E-Mail : info@konuklarkofte.com

Web : www.konuklarkofte.com

YETKİLİ FİRMA / AUTHORIZED FRANCHISOR FOR TÜRKİYE

**KONUKLAR
YENİLİKÇİ GIDA
YATIRIMLAR A.Ş.**

YETKİLİ KİŞİ / CONTACT PERSON ÖZGÜR ÇALIŞKAN

KONUKLAR KÖFTE

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Köfte, Kavurma
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2014
Year Company Founded : 2014

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2023
Start of Franchising in Türkiye : 2023

Franchisee Adedi : 2
Number of Franchised Stores : 2

Franchise Hedefi : 2026: 6
Targeted Franchise Stores : 2026: 6

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : Alınmamaktadır.

Ortalama İşletme Sermayesi : 200.000 \$
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : %4
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : Alınmamaktadır.
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Tüm Türkiye
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : Yok
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile : Girişimci ve sonuç odaklı bir bakış açısı, güçlü iletişim ve yönetim becerileri ile disiplinli çalışma anlayışındır. Adayların en az lise mezunu, iş deneyimine sahip ve yatırım sürecini karşılayabilecek finansal yeterliliğe sahip olmaları beklenir.

Aranılan İş Yeri Özellikleri/Site Selection Criteria : Alışveriş Merkezleri ve yaya trafiği yoğun caddeler.

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :

Konuklar Köfte franchise sistemi; güçlü üretim altyapısı ve standartlaştırılmış operasyon yapısıyla sürdürülebilir ve kârlı bir iş modeli sunar. Kendi çiftliğinde yetiştirilen hayvanlardan elde edilen katkısız ürünler sayesinde tüm şubelerde aynı kalite ve lezzet standardı korunur.

İş modeli; hızlı kurulum, sade ve verimli menü yapısı ile yüksek ürün sirkülasyonu üzerine kuruludur. Bu yapı, maliyet kontrolünü kolaylaştırırken kârlılığı destekler.

Konuklar Köfte, yatırımcılarına sadece bir marka değil; aynı zamanda lokasyon seçimi, konsept kurulum, personel eğitimi ve operasyonel süreçlerde kapsamlı bir destek sunar. Bu sayede girişimciler güçlü bir başlangıç yaparken, marka her şubede aynı kaliteyi sürdürerek büyümeye devam eder.

GÖNEN



2014

**KONUKLAR
KÖFTE**

FRANCHISE ZAMANI!

Konuklar Köfte, güçlü markası ve kanıtlanmış iş modeliyle büyümesini franchise ortaklarıyla birlikte sürdürüyor.



NEDEN KONUKLAR KÖFTE FRANCHISE?

- ✓ **KANITLANMIŞ BAŞARI:**
50 kg'dan günde 1 tona uzanan gerçek büyüme hikayesi.
- ✓ **GÜÇLÜ TEDARİK:**
Kendi üretim altyapısı ile sürdürülebilir kalite.
- ✓ **YÜKSEK KÂRLILIK POTANSİYELİ:**
Talebi yüksek, hızlı dönen ürün grubu.
- ✓ **MARKA GÜVENİ:**
Doğallık ve lezzet odaklı güçlü algı.
- ✓ **OPERASYONEL DESTEK:**
Kurulumdan işletmeye kadar destek sistemi.

SINIRLI SÜRELİ BÜYÜK FIRSAT

FRANCHISE BEDELİ YOK!

Konuklar Köfte, daha fazla girişimciye ulaşabilmek adına sınırlı süreyle franchise bedeli almadan iş ortaklığı sunuyor.

SİZ DE BU BAŞARININ PARÇASI OLUN!

Konuklar Köfte ile sadece bir iş değil, büyüyen ve kazandıran bir markanın parçası olursunuz.

FRANCHISE BAŞVURU: 0535 745 70 57

www.konuklarkofte.com

KOZA ÇORBA

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Çorba Restoranı
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2021
Year Company Founded : 2021

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2024
Start of Franchising in Türkiye : 2024

Franchisee Adedi : 3
Number of Franchised Stores : 3

Franchise Hedefi : 2026: 8
Targeted Franchise Stores : 2026: 8

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 500.00 TL.

Ortalama İşletme Sermayesi : 5.000.000 TL. \ 6.000.000 TL. arası
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : %1
Advertising Contribution : %1

Sürekli Franchise Ödemesi : %4
Ongoing Royalty Fee : %4

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Türkiye
Target Franchise Area : Türkiye

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : Talebe istinaden değerlendirilir.
Overseas Expansion Goals : It will be evaluated upon request

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :
Girişimci bir ruh ve başarıya tutkusu olan, insan yönetimi ve finansal yönetim tecrübesine, tüm zamanını ve gücünü Koza Çorba yönetimi için harcama isteği ve imkanına, Koza Çorba markasının gerektirdiği finansal olanaklara, kurumsal bir markanın sosyal kimliğini başarı ile taşıyabilme yeteneğine sahip adaylar içinden şubelerimizi oluşturma istediğindeyiz. We are looking for candidates who have an entrepreneurial spirit and a passion for success, experience in people management and financial management, the willingness and ability to dedicate all their time and energy to managing Koza Çorba, the financial means required by the Koza Çorba brand, and the ability to successfully carry the social identity of a corporate brand. These candidates will be responsible for establishing our branches.

Aranan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
150-200 m² merkezi lokasyonlar / Central locations ranging from 150 to 200 m²

Sisteminiz Hakkında / Own Comments on System :
Uсталık boyutunda, el lezzetine gerek bırakmadan hem de yatırımcılarımızı nadir bulunan usta arama çabasına sokmadan 2 haftalık Koza Çorba Akademi eğitimiyle az bir mutfak tecrübesi olan ustayla bile her şube de aynı lezzeti sunmak Koza Çorba'yı diğer çorbacıardan ayıran büyük farklılıktır. Koza Çorba franchise sistemi, birçok işletmeciyi başarılı bir iş modeli sunmaktadır. Bunun için tüm alt yapıımız hazır. Marka olarak yatırımcılarımıza gerekli eğitim ve destekleri sağlayarak işlerini yönetmelerine yardımcı oluyoruz. Koza Çorba Akademi bünyesinde hem işletmecilik hem de ustalık konusunda eğitimler veriyoruz.

At the mastery level, without leaving room for personal touch and without putting our investors through the rare challenge of searching for skilled chefs, we ensure that every branch offers the same flavor with just a two-week Koza Çorba Academy training, even for a chef with minimal kitchen experience. This is the major differentiator that sets Koza Çorba apart from other soup brands. The Koza Çorba franchise system offers a successful business model to many entrepreneurs. Our infrastructure is fully prepared for this. As a brand, we support our investors by providing the necessary training and assistance to help them manage their businesses. Within the Koza Çorba Academy, we provide training in both business management and culinary expertise.



ADRES / ADDRESS

Ak Kent, Çevre Yolu Blv. No:52,
19100 Çorum Merkez

Tel : +90 532 156 50 06

E-Mail : muratservi@plusonecorporate.com

Web : www.kozacorba.com

YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE

AKZ ENERJİ GIDA
SAN. İNŞ. LTD. ŞTİ.

YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON
NACİ MURAT SERVİ

KOZA ÇORBA

www.kozacorba.com

Türkiye'nin İlk
Çorba Franchise Sistemi

Yüksek Kar Marjı

Usta Çalıştırmanıza
Gerek yok

Merkezi Üretim &
Kontrollü Tedarik

24 Saat
Satış Potansiyeli

Yüksek Talep Gören Ürün
yelpazesi

Kolay ve hızlı
Operasyon

Kurulum &
Eğitim Desteği

Operasyon &
Pazarlama Desteği

Yatırımcı Dostu
Konsept

Tüm Şubelerde
Aynı Tat Standardı



QR okut Sunum
Dosyasını
İNDİR



**ADRES / ADDRESS**

Yarımburgaz Mah. 7.Yıldırım Sok. No.32/A 34303
- Küçükçekmece - İstanbul

Tel : +90 212 630 70 50 (Head Office)
+90 505 502 30 51 (Franchise)

E-Mail : info@kumpirbox.com (Head Office)
franchise@kumpirbox.com (Franchise)

Web : www.kumpirbox.com

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE****KUMPİR BOX****YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON**

**DURU GRUP GIDA
SAN. DIŞ TİC. LTD. ŞTİ
ORHAN BAKAR
FRANCHISE MD.
YAVUZ UĞURLU**

KUMPİR BOX

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Gıda, Fast Food
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2008
Year Company Founded : 2008

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2008
Start of Franchising in Türkiye : 2008

Franchisee Adedi : 25
Number of Franchised Stores : 25

Franchise Hedefi : 2026:30
Targeted Franchise Stores : 2026:30

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 5,500 \$

Ortalama İşletme Sermayesi :
Required Start-up Capital :
Konseptte, metrekareye göre değişken

Reklam Payı Katılımı : Değişken
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : 15,000 TL.
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Marmara, Ege, Karadeniz, İç Anadolu, Akdeniz
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :
MonteNegro / Budva'da hizmet vermekteyiz.
(Master Franchise koşullarında tüm avrupa)

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :
İşletmecilerimizden beklediğimiz temel özellikler şunlardır:

- Girişimci ruh ve başarıya tutkusu özellikle insan yönetimi ve finansal yönetimde geniş tecrübe
 - Tüm zaman ve gücünü restoran yönetimi için harcama isteği ve imkanı
 - 1 ay süren eğitim programını tamamlayabilmek
- Kumpir Box yatırımlarını karşılayabilecek finansal imkanlara şahsen sahip olmak

Aranacak İş Yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

AVM konseptinde
* En az 20-30 m² * Cephe minimum 3 metre * Temiz su ve gider
* 10 kw elektrik gerekiyor.

STAND konseptinde

* En az 3 m. x 3 m. olması, * 10 Kw elektrik * Temiz su ve gider olması tercih sebebi olmasa da yapılabilir. * Ayrıca minimum 10-15 m² arası depoya ihtiyaç var. * Depoda elektrik ve su olması gerekiyor.
Not: Kendi içinde havalandırma sistemi mevcut (koku yapmıyor olması)

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :
" KUMPİR BOX " işletmeciliğinin kaliteli ve kârlı bir iş organizasyonu olarak tanınması ve en iyi bayi imkanlarından birisi olmasının temel nedeni, başarısının büyük oranda işletmecilerinin üstün niteliklerine dayanmasıdır. İşletmeci ne kadar iyi olursa o kadar başarılı olur.

Kumpir Box®

Kazançlı Yatırım

Franchising Stand Modeli



Franchise İletişim: 0(505) 502 30 51 www.kumpirbox.com

KÜNEFİTO



ADRES / ADDRESS

Yeni Mah. Kanuni Sultan Süleyman/1 Sok.
No:5A Hendek - Sakarya

Tel : +90 554 646 71 54
+90 549 646 13 07

E-Mail : info@kunefito.com
franchise@kunefito.com

Web : www.kunefito.com

YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE

GURMELAB GIDA SAN.
VE TİC. LTD. ŞTİ.

YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON
RECEP ÖZGÜL

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı / Product-Service Type :

Şok dondurulmuş crispy künefe topları KÜNEFİTO (kadayıf kaplı künefe peynir dolgulu/Fıstık dolgulu), Morry Coffee, Cranch Bites, Add More Pizza

Kuruluş Yılı : 2024
Year Company Founded : 2024

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2025
Start of Franchising in Türkiye : 2025

Franchisee Adedi : 14
Number of Franchised Stores : 14

Franchise Hedefi : 2026 yılı için 50+
Targeted Franchise Stores :

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee :
750.000 TL (2026 ilk 10 şubeye yüksek oranda indirim uygulanacaktır)

Ortalama İşletme Sermayesi :
Required Start-up Capital :
2.500.000 TL - 4.500.000 TL (işletme metrekaresine göre değişkenlik göstermektedir)

Reklam Payı Katılımı : %2 (2026 ilk 10 şubeden alınmayacak!)
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : %3 (2026 ilk 10 şubeden alınmayacak!)
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

(x) Eğitim	Training
(x) El Kitabı	Handbooks
(x) Yer Seçimi	Site Selection
(x) Bölge Koruması	Area Protection
(x) Proje	Planing - Design
(x) Ortak Reklam	Shared Advertising
(x) Mal Temini	Product Supply
(x) Pazarlama	Marketing Materials
(x) Finansman	Financing
(x) Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Türkiye, EU, ABD ve BAE
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : Var
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :
Girişimci ruha sahip marka sadakati, işletme deneyimi olan ya da bu konuda başarılı olacağını düşünen gelişime açık finansal istikrarlı olan her yatırımcı adayımızdır.

Aranacak İş Yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
35-40 m² min. merkezi lokasyonda cadde üstü dükkan. Mutfak ekipman alanı minimumdadir. Orijinal Fayton için konumlanacağı lokasyon en az 8 m² olmalı (AVM, cadde üzeri, sahil vb.).

Sistemizin Hakkında :

Own Comments on System :
İş yeri konsepti için min.35-40 m²lik dükkan anahtar teslim Franchise modeli.

Fayton Franchise: AVM, cadde-sahil üzeri için özel tasarlanmış 8 m²lik satış noktalarıyla, özel dekore edilmiş orijinal fayton tasarımı ve marka kimliğiyle hızlı başlangıç imkanı.

Corner Franchise: Mevcut restoran/büfelere, 30 cm'lik tabelalı köşe satış noktalarıyla düşük maliyetli işletme fırsatı. Böylelikle mevcut işletme ortalama %15-20 ilave ciro katkısı ve kuvvetli marj avantajı.

Zincir Restoran İş Birlikleri: Perakende satış kanallarıyla geniş kitlelere ulaşım. Marka iş birliği yaratarak sinerjik gelişim.

E-ticaret: Son tüketicilere erişim sağlayarak evsel tüketime pratik çözümler sunmak. Ürün bilinirliğin artması ile yatırımcıların satış gücünün artırılması.

"Lezzetin Sınırlarını Aşın:
Franchise Ailemize Katılın!"

**İÇİ AKIŞKAN,
DIŞI ÇITIR
Lezzet**



LEZZETİN GÜÇLÜ MARKALARI

**CRANCH
BITES**



MORRY
SINGLE ORIGIN COFFEE



ADDMORE®
Bi' Pizza Bi' Kahve



/kunefito

www.kunefito.com • info@kunefito.com

LAHMACUN HOUSE



ADRES / ADDRESS

Kızılay Mah. Fevzi Çakmak 2 Sok. No:28 İç Kapı
No:14 Çankaya - Ankara

Tel : +90 553 695 06 75

E-Mail : lahmacunhousetr@gmail.com

Web : www.lahmacunhouse.tr

YETKİLİ FİRMA / AUTHORIZED FRANCHISOR FOR TÜRKİYE

**OZN GIDA İNŞ.
HAY. OTO. KUY.
SAN. TİC. LTD. ŞTİ**

YETKİLİ KİŞİ / CONTACT PERSON **SEZGİN AKIL**

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Lahmacun ve Pidecilik üretim satışı
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2015
Year Company Founded : 2015

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2025
Start of Franchising in Türkiye : 2025

Franchisee Adedi : 21
Number of Franchised Stores : 21

Franchise Hedefi : 2026:150
Targeted Franchise Stores : 2026:150

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : Alınmamaktadır.

Ortalama İşletme Sermayesi : 1.500.000 TL.
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : Alınmamaktadır.
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : Alınmamaktadır.
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Tüm Türkiye
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : Var
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :
Girişimci ruhuna sahip, yasal kısıtlı olmayan

Aranılan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
Yaya trafiği nispi yoğun olan cadde ve Avm'ler

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :

Lahmacun harç ve hamur, merkezi taze üretim.
Lahmacun House, Anadolu'nun en sevilen ve köklü lezzetlerinden biri olan lahmacunu, geleneksel ustalık anlayışı ile modern işletme sistemiyle buluşturmak amacıyla oluşturulmuş bir markadır.
Lahmacun yalnızca bir yemek değil; yıllardır süregelen bir mutfak kültürünün ve emeğin ürünüdür. Lahmacun House olarak bu kültürün özündeki lezzeti koruyarak, her şubemizde aynı kaliteyi ve aynı standardı sunmayı hedefliyoruz.

Markamızın arkasında güçlü bir üretim ve tedarik altyapısı bulunmaktadır. Lahmacunun en önemli unsurları olan hamur ve harç ürünleri hijyenik üretim koşullarında hazırlanarak işletmelere ulaştırılmakta, böylece her şubede aynı lezzet standardı korunmaktadır.

Lahmacun House'un en önemli prensiplerinden biri de herkesin ulaşabileceği lezzet sunmaktır. Bu nedenle mümkün olduğunca uygun fiyat politikası uygulayarak kaliteli ve lezzetli lahmacunu geniş kitlelerle buluşturmayı amaçlıyoruz.

Kalite, hız, hijyen ve müşteri memnuniyetini merkezine alan işletme anlayışımızla büyümeyi hedefliyoruz. Amacımız yalnızca lahmacun satmak değil; misafirlerimize her zaman aynı lezzeti, aynı güveni ve ulaşılabilir fiyatları sunan güçlü bir marka oluşturmaktır.
Lahmacun House, ustalığın, emeğin ve gerçek lahmacun lezzetinin herkes için ulaşılabilir olduğu bir markadır.



FRANCHISE FIRSATI

ÇİRODAN PAY YOK!

YÜKSEK KAZANÇ

FRANCHISE BEDELİ YOK!

Düşük Yatırım, Yüksek Kazanç!

✓ 20+ Şube

✓ %100 Helal Kesim

✓ Çiftliğimizde Üretim 

Bu büyüyen ailenin parçası olun

0553 695 06 75 

LAHMACUN HOUSE

LAHMACUN
HOUSE

Sıcak
Lahmacun!

Sıcak
Lahmacun!





ADRES / ADDRESS

Seyitahmet Mah. 374. Sok. No.78
Akhisar - Manisa

Tel : +90 850 888 19 28

E-Mail : info@ramiz.com

Web : www.ramiz.com

YETKİLİ FİRMA / AUTHORIZED FRANCHISOR FOR TÜRKİYE

**RAMİZ RESTORAN
İŞLETMELERİ A.Ş.**

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON
BÜLENT TAŞKINLAR**

KÖFTECİ RAMİZ

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Restoran İşletmeciliği
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 1928
Year Company Founded : 1928

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2006
Start of Franchising in Türkiye : 2006

Franchisee Adedi : 130
Number of Franchised Stores : 130

Franchise Hedefi : 2026: 15
Targeted Franchise Stores : 2026: 15

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : Lokasyona göre değişiyor.

Ortalama İşletme Sermayesi : 10.000.000. TL
Required Start-up Capital : 10.000.000. TL

Reklam Payı Katılımı : Alınmamaktadır.
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : %2
Ongoing Royalty Fee : %2

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : Var
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :
İşinin başında durması.

Aranacak İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
Karayolu tesisleri, caddeler, avmler.

Sisteminiz Hakkında :
Own Comments on System :
Anahtar teslim bir başlangıç sistemi yapmıyoruz.
Yatırımı yatırımcı kendisi yapıyor.

LANDMANN SCHNITZEL

GIDA

FOOD AND
BEVERAGE

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı :
Product-Service Type :

Viyana usulü schnitzel çeşitleri, schnitzel tabaklar, burgerler, bowl ürünler, yan ürünler, salatalar ve vejetaryen/vegan alternatiflerden oluşan restoran ve bowl konsepti.

Kuruluş Yılı : 2004 (Viyana)
Year Company Founded : 2004 (Viyana)

Franchise Vermeye Başlama Yılı : (Türkiye):2020
Start of Franchising in Türkiye : (Türkiye):2020

Franchisee Adedi : 7 Şube
Number of Franchised Stores : 7 Şube

Franchise Hedefi :

Targeted Franchise Stores :

Türkiye genelinde Landmann Schnitzel ile AVM ve cadde konseptiyle ve yeni konsept Landmann Bowl ile sürdürülebilir büyüme; orta vadede 50+ şube.

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee :

Marka ve lokasyona göre değişkenlik göstermektedir.

Ortalama İşletme Sermayesi :

Required Start-up Capital :

Lokasyon, metrekare ve konsept tipine göre değişkenlik göstermektedir.

Reklam Payı Katılımı :

Advertising Contribution :

Merkezi reklam ve pazarlama faaliyetleri kapsamında belirlenen oranlarda katkı payı alınmaktadır.

Sürekli Franchise Ödemesi/ Ongoing Royalty Fee :

Ciro üzerinden belirlenen oranlarda alınmaktadır.

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

(x) Eğitim	Training
(x) El Kitabı	Handbooks
(x) Yer Seçimi	Site Selection
(x) Bölge Koruması	Area Protection
(x) Proje	Planing - Design
(x) Ortak Reklam	Shared Advertising
(x) Mal Temini	Product Supply
(x) Pazarlama	Marketing Materials
() Finansman	Financing
(x) Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :

Target Franchise Area :

Yaya trafiğinin yoğun olduğu cadde lokasyonları ve seçkin AVM'ler Landmann Schnitzel ile ortalama 80- 120 m2 şubeler Landmann Bowl ile minimum 50 m2 şubeler

Yurt Dışına Yayılma Hedefi / Overseas Expansion Goals :

Orta vadede Avrupa ve yakın coğrafyada büyüme hedefi bulunmaktadır.

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :

- ✓ Girişimci ruha ve iş yönetimi tecrübesine sahip
- ✓ Finans ve personel yönetimi konusunda yetkin
- ✓ Hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyetini önceliklendiren
- ✓ İşinin başında aktif durabilecek
- ✓ Marka standartlarına uyum sağlayabilecek

Aranılan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

- ✓ Yüksek yaya trafiği
- ✓ Cadde veya AVM konseptine uygunluk
- ✓ Landmann Schnitzel ile ortalama 80- 120 m2 alan
- ✓ Landmann Bowl ile minimum 50 m2 alan
- ✓ Marka görünürlüğünü destekleyen cephe yapısı

Sistemimiz Hakkında / Own Comments on System :

Landmann Schnitzel; anahtar teslim kurulum modeli, merkezi ürün tedariki, lojistik altyapısı, düzenli denetim sistemi ve operasyonel koçluk desteğiyle yatırımcısına düşük operasyon riski ve sürdürülebilir bir iş modeli sunar. Marka, AR-GE yatırımları ve pazarlama çalışmalarıyla sürekli gelişimi temel ilke olarak benimser.



ADRES / ADDRESS

Ofisim İstanbul Plazaları Cevizli Mah Tugay

Yolu Cad. No:20 A Blok Kat:6 Ofis No:29

Maltepe - İstanbul

Tel : +90 216 367 97 00

E-Mail : info@schnitzellandmann.com

Web : www.schnitzellandmann.com

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

ROTT MAĞAZACILIK

YETKİLİ KİŞİ /

CONTACT PERSON

CUMA RESULOĞLU

**ADRES / ADDRESS**

Gaziantep Karayolu Üzeri 5.km Erkenez
Mevki Kahramanmaraş

Tel : +90 344 236 06 11 • Merkez
+90 216 472 53 04 • Genel Müdürlük

E-Mail : franchise@mado.com.tr

Web : www.mado.com.tr

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

**YAŞAR DONDURMA
VE GIDA MADDELERİ A.Ş.**

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON
ENGİN TORAMAN**

MADO

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Gıda - Cafe - Restoran
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 1980 / Yaşar Pastanesi, 1993 / MADO
Year Company Founded :

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 1993
Start of Franchising in Türkiye :

Franchisee Adedi : 310
Number of Franchised Stores : 310

Franchise Hedefi : 2026: 25
Targeted Franchise Stores : 2026: 25

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 100.000 USD + KDV

Ortalama İşletme Sermayesi :
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : % 3 + KDV
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : Alınmamaktadır.
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge / Target Franchise Area :

Mado Cafe olarak hedeflediğimiz iller İstanbul, İzmir, Antalya, Denizli, Hatay ve Kütahya'dır. MADO Dondurma için ise hedefimiz Antalya, İzmir, İstanbul ve Ege/Akdeniz sahil bandıdır. Bu bölgelerdeki yeni franchise adaylarımızla birlikte büyümeyi ve bu şehirlerde markamızın bilinirliğini artırmayı amaçlıyoruz.

Yurt Dışına Yayılma Hedefi / Overseas Expansion Goals :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi: Türkiye'nin Cafe & Restoran sektöründe en büyük global markası olan MADO yurt dışı pazarından yoğun talep görmektedir. Hollanda, Almanya, Belçika, Bosna Hersek, Kosova, Kanada, Azerbaycan, Nahçıvan, Bahreyn, Çin, Irak, Kuzey Irak, Ürdün, Kazakistan, Kuveyt, Libya, Lübnan, KKTC, Katar, Suudi Arabistan, Türkmenistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Umman, Mısır, Kırgızistan, Özbekistan' da olmak üzere 100'un üzerinde aktif şubemiz bulunmaktadır. Ayrıca yeni yılla birlikte Malezya, Endonezya, Singapur, G.Kore, Tayland, Gana, Fildişi Sahili, Fas, Kenya, Tanzanya, Etiyopya, Cezayir, Rusya ve Tacikistan'da da yeni şubelerimizin açılışını yaparak 40'un üzerinde ülkede ticari faaliyetlerimizi sürdüreceğiz. Bununla birlikte 40'a yakın ülkede MADO MARKET ürünlerimizin ihracatı yapılarak gıda perakende sektöründe de aktif olarak faaliyet gösterilmektedir. Hem mevcut bulunduğumuz ülkelerde hem de yeni gireceğimiz pazarlarda toplam 19 dükkanımızın projelerinin yapımına başlanmıştır. 2026 yılı sonuna kadar yurt dışında en az 50 adet yeni franchise şubesi açılmasını hedeflemektedir.

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :

Franchise adaylarımızda öncelikli olarak girişimcilik ruhu, yüksek başarı motivasyonu ve güçlü insan yönetimi becerileri aranmaktadır. MADO ailesi, geniş ve dinamik bir yapıdan oluştuğu için insan ilişkilerine verilen önem kritik bir rol oynamaktadır. Bu doğrultuda, finansal yönetim konusunda deneyimli, tercihen güçlü bir iş geçmişine sahip, tüm zamanını ve enerjisini MADO Cafe operasyonlarına adayabilecek ve markanın gerektirdiği finansal yeterliliklere sahip adaylarla iş birliği yapılması hedeflenmektedir.

Aranılan İş Yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

MADO Cafe şubeleri için ideal lokasyonlar, insan ve araç sirkülasyonunun yoğun olduğu ana arterler veya hareketli ara caddelerdir. Köşe konumlar ve geniş ön cephesi olan, düz girişe sahip ve ortalama 250 m² bir alanla birlikte açık alanı bulunan mekanlar tercih edilmektedir.

Türkiye'nin dondurması her yerde kazandırır

ister cafe, ister kiosk, ister karavanda...

31
Ülkede
109
Şube

Türkiye'de
310
Şube



Başarıya Giden Yol: MADO Franchising

Yüzlerce şube, binlerce misafir
ve asırlık bir mirasla büyüyen
MADO ailesi, şimdi başarı
hikayesini seninle yazmak istiyor.

MADO

MARMARİS BÜFE 1964

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Fast Food - Büfe
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 1964
Year Company Founded :

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2000
Start of Franchising in Türkiye :

Franchisee Adedi : 53
Number of Franchised Stores : 53

Franchise Hedefi : 2026: 15
Targeted Franchise Stores : 2026: 15

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : Anahtar teslim olarak belirlenir.

Ortalama İşletme Sermayesi :
Required Start-up Capital :
(mimari projeye göre değişmekle birlikte) 3,5-4,5 Milyon TL

Reklam Payı Katılımı : 1.000 USD
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : %5
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Türkiye ve Yurt Dışı
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :
Azerbaycan, Özbekistan, Dubai, Almanya, Fransa ve Belçika

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :
İşinin başında kendisinin durması ve takip etmesi, güvenilirlik

Aranılan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
Bahçe alanı olması, hastane, okul ve üniversitelere yakın olması, baca sisteminin olması

Sisteminiz Hakkında :
Own Comments on System :
www.marmarisbufe.com.tr

**ADRES / ADDRESS**

Tantavi Mah. Estargon Cad. Suryapı
Exen Rez. F Blok Kat:23 Ofis: 276
Ümraniye - İstanbul

Tel : +90 216 411 02 66

E-Mail : marmarisbufe64@gmail.com

Web : www.marmarisbufe.com.tr

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

**MARMARİS BÜFE İŞLETMELERİ
VE GIDA SAN. TİC. A.Ş.**

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON**
MUSTAFA SARGIN

İsimler
taklit
edilebilir!
Lezzetler
asla!!!

Global
Franchise
Ailemizin
Parçası
Olun!



GORALI SANDVIÇ



ÖZEL

KÖFTE PORSİYON



ÖZEL

KÖFTE SANDVIÇ



ÖZEL

BURGER MENÜ



ÖZEL

Marmaris Büfe VIP®



www.marmarisbufe.com.tr

Sur Yapı Exen Residence Tantavi Mh., Estergon Cd. F Blok
No.24 D: 276, 34764 Ümraniye/İstanbul

Franchise Destek Hattı

0216 411 02 66 - 0532 169 00 53

info@marmarisbufe.com.tr

Marmaris Büfe®



www.marmarisbufe.com.tr

MEŞHUR SAFRANBOLU LOKUMCUSU



ADRES / ADDRESS

Cevizli Mah. Fil Yokuşu Sok. No:42-44
Maltepe - İstanbul

Tel : +90 216 441 10 82

E-Mail : info@safranlokum.com.tr

Web : www.safranlokum.com.tr

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

**EREN GIDA MADDELERİ
TURİZM SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.**

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON**
ERMAN EREN

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Lokum - Şekerleme - Çikolata - Baklava
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 1995
Year Company Founded : 1995

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2017
Start of Franchising in Türkiye : 2017

Franchisee Adedi : 7
Number of Franchised Stores : 7

Franchise Hedefi : 2026: 2
Targeted Franchise Stores : 2026: 2

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 350.000. TL.

Ortalama İşletme Sermayesi : 3.000.000. TL.
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : Alınmamaktadır.
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : Alınmamaktadır.
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Büyük şehirler tercih edilmektedir.
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : Var
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :
İşinin başında durması

Aranılan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
AVM ler, yaya trafiği yoğun yerler, karayolu tesisleri

Sisteminiz Hakkında :
Own Comments on System :
www.safranlokum.com.tr

1977' den bugüne,



yarına birlikte

1977' den beri
Meşhur Safranbolu Lokumcusu'nun
değişmeyen eşsiz lezzeti,
geleneksel tarifinde gizli...

Değişmeyen
lezzet

Turkish Delight



Franchise olmak için:

+90 216 441 10 82

www.safranlokum.com.tr

[Twitter](#) [Facebook](#) [Instagram](#) / safranlokum

MİKEL COFFEE TÜRKİYE



ADRES / ADDRESS

Ataköy 7.8.9.10. Kısım Mah. Çobançeşme E-5
Yanyol Cad. Selenium Retro No:18, D:1A, 34158
Bakırköy - İstanbul

Tel : +90 212 272 32 32

E-Mail : info@tr.mikelcoffee.com

Web : www.mikelcoffee.com.tr

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

MİKEL COFFEE TÜRKİYE

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON**
KADİR ERGÜN

Ülke Orijini : Yunanistan
Country Origin : Greece

Ürün - Hizmet Kapsamı : Gıda, Kahve ve İçecek
Product-Service Type : Food, Coffee, and Beverages

Kuruluş Yılı : 2019
Year Company Founded : 2019

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2020
Start of Franchising in Türkiye : 2020

Franchisee Adedi : 104
Number of Franchised Stores : 104

Franchise Hedefi : 2026:150
Targeted Franchise Stores : 2026:150

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 20 bin Euro

Ortalama İşletme Sermayesi : 14 - 15 milyon TL.
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : %1
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : %5
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input checked="" type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : İzmir, Trabzon, Adana, Edirne, Çanakkale
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :
Sektörün diline hakim olması

Aranacak İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
Cephe genişliği, düz ayak olması, görünürlüğü yüksek yerler

Sisteminiz Hakkında :
Own Comments on System :

NALIA KARADENİZ MUTFAĞI

GIDA

FOOD AND
BEVERAGE

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Türk ve Dünya Mutfağı
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2006
Year Company Founded : 2006

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2017
Start of Franchising in Türkiye : 2017

Franchisee Adedi : 1
Number of Franchised Stores : 1

Franchise Hedefi : 2026 : 2
Targeted Franchise Stores : 2026 : 2

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : Alınmamaktadır.

Ortalama İşletme Sermayesi :
Required Start-up Capital :
26.000.000 (Yirmi altı milyon Türk lirası)

Reklam Payı Katılımı : %2
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : %4 Ciro payı
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

(x) Eğitim	Training
(x) El Kitabı	Handbooks
(x) Yer Seçimi	Site Selection
(x) Bölge Koruması	Area Protection
(x) Proje	Planing - Design
(x) Ortak Reklam	Shared Advertising
(x) Mal Temini	Product Supply
(x) Pazarlama	Marketing Materials
(x) Finansman	Financing
(x) Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :

Target Franchise Area :
İstanbul, İzmir, Bursa, Ankara, İngiltere, Almanya, Fransa

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : 2027 yılı sonrası
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :
Yatırımcı değil girişimci olması ve işinin başında durması

Aranacak İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
Minimum 100 kişilik Maximum 250 kişilik

Sistemimiz Hakkında :

Own Comments on System :

Son yıllarda sağlıklı ve yöresel mutfaqlara olan ilginin artmasıyla birlikte, Nalia Karadeniz Mutfağı olarak sektördeki konumumuzu güçlendirmeye devam ediyoruz. Yöresel mutfak kültürümüzün sürdürülebilirliğini önemsiyor ata tohumu ile iyi tarım uygulaması yapan yerel üreticilerimizi destekliyor ve yerelden satın alma yaparak bölgemize katkı sunmaya devam ediyoruz. Geleneksel tariflerimizi modern beklentilerle harmanlayarak, unutulmaya yüz tutmuş lezzetleri yeniden gün yüzüne çıkarıyor ve misafirlerimizle paylaşıyoruz. Karadeniz Menüsü, yalnızca lezzet değil, aynı zamanda bir yaşam felsefesi sunuyor. Mutfak kültürümüzde, doğal mineraller açısından zengin kristal kaya tuzu, sade yağ haline getirilmiş tereyağı ve kendi hazırladığımız ilikli kemik suyu gibi sağlıklı ve doğal içerikler ön planda. Ayrıca, glüten hassasiyeti gibi özel ihtiyaçlara yönelik titiz bir yaklaşım sergileyerek misafirlerimize güvenle tercih edebilecekleri bir mutfak deneyimi sunuyoruz. Bugün geldiğimiz noktada, Karadeniz mutfağının özgün lezzetlerini metropol hayatına taşıyarak sağlıklı beslenme ve yöresel mutfaqlara olan özlemi karşılamaya devam ediyoruz. Doğal içeriklere ve mutfak kültürüne olan bağlılığımız sayesinde, Nalia'nın pazardaki payı her geçen gün büyüyor. Sektördeki bu yükselişimizi hem geleneklere olan sadakatimizle hem de yenilikçi mutfak anlayışımızla sürdürüyoruz. Nalia, geçmişin mirasını bugünün değerleriyle buluştururken, sağlıklı ve güvenilir bir mutfak deneyimi sunmaya devam edecektir.



ADRES / ADDRESS

Bağlar Mah. Atatürk Cad. No:84
Güneşli - İstanbul

Tel : +90 212 515 07 00 - 02

E-Mail : kurumsaliletisim@nalia.com.tr
info@nalia.com.tr

Web : www.nalia.com.tr

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

**TARAKÇI GIDA
ÜRÜNLERİ PAZ. SAN. LTD. ŞTİ.**

YETKİLİ KİŞİ /

CONTACT PERSON

SÜLEYMAN TARAKÇI



ADRES / ADDRESS

Küçük Piyale Mah. Kastel İş Merkezi
B Blok No:26/6 Beyoğlu - İstanbul

Tel : +90 212 347 27 80

E-Mail : info@mrkumpir.com

Web : www.mrkumpir.com

YETKİLİ FİRMA / AUTHORIZED FRANCHISOR FOR TÜRKİYE

**ALTIN ŞEHİR GIDA DAN. İNŞ.
SAN. VE DİŞ TİC. A.Ş.**

YETKİLİ KİŞİ / CONTACT PERSON FATİH DEMİR

MR.KUMPIR

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Kumpir esaslı fast food restoranı
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2006
Year Company Founded : 2006

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2007
Start of Franchising in Türkiye : 2007

Franchisee Adedi : 26
Number of Franchised Stores : 26

Franchise Hedefi : 2026: 36
Targeted Franchise Stores : 2026: 36

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : Yüz yüze görüşülecektir.

Ortalama İşletme Sermayesi :
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı :
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi :
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

(x) Eğitim	Training
(x) El Kitabı	Handbooks
(x) Yer Seçimi	Site Selection
(x) Bölge Koruması	Area Protection
(x) Proje	Planing - Design
(x) Ortak Reklam	Shared Advertising
(x) Mal Temini	Product Supply
(x) Pazarlama	Marketing Materials
(x) Finansman	Financing
(x) Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Türkiye ve Yurt Dışı
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Franchise ve/veya Master Franchise vererek yurt dışında büyümek
Overseas Expansion Goals :
Overseas Expansion Goals: To grow abroad by granting
Franchises and/or

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler :
Büyümeyi hedefleyen, finansman gücü kuvvetli, işletmenin başında
durabilecek ya da birbir kontrolünü üstlenebilecek kişiler olmalı.
Required Franchisee Profile :
There must be people who aim for growth, have strong financial strength,
and can manage the business or take full control of it.

Aranılan İş yeri Özellikleri :
Konseptte ve içeriğe göre farklılık gösterebilir.
Site Selection Criteria :

Site feautres may vary depending on concept and content

Sisteminiz Hakkında :
Yurt dışında franchise sistemiyle bayilik veren ender markalardan
biriyiz ki UFRAD'ın düzenlemiş olduğu 2012 Franchise Ödülleri'nde
Yurt Dışına Franchise Veren En İyi Türk Gıda Markası Ödülü'nü aldık.
Mr.Kumpir, kurmuş olduğu sistem itibariyle franchisee'lerine her
zaman uygun koşullarda mal tedarikini ve en karlı işi yapmalarını
sağlamaktadır.

Own Comments on System :
We are one of the unique brand that provide franchises abroad
through the franchise system, and we received the Best Turkish Food
Brand Award that Provides Franchises Abroad at the 2012 Franchise
Awards organized by UFRAD. Mr. Kumpir always ensures that its
franchisees are supplied with goods under suitable conditions and
that they do the most profitable work thanks to the system it has
established.



Mr. Kumpir®

Dünyayı Doyuran Lezzet




**İş'te
Fırsat**

Türkiye'nin en sevilen gıda ürünlerinden
"Kumpir" ile yeni bir yatırım fırsatı sunuyoruz.

info@mrkumpir.com +90 530 542 76 07



NEVADA COFFEE



ADRES / ADDRESS

İkitelli Osb. Mah. Atatürk Blv. Haseyad 2.Kısım
Eli M.Tokatlı İş Merkezi No:112 İç kapı No:5
Başakşehir - İstanbul

Tel : +90 505 077 74 16

E-Mail : cema1.guven@nevco.com.tr

Web : www.nevadacoffee.co

YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE

NEVADA COFFEE

YETKİLİ Kişi /
CONTACT PERSON
CEMAL GÜVEN

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Coffee, Bakery, Patisserie
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2022
Year Company Founded : 2022

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2023
Start of Franchising in Türkiye : 2023

Franchisee Adedi : 156
Number of Franchised Stores : 156

Franchise Hedefi : 2026:85
Targeted Franchise Stores : 2026:85

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 50.000 \$

Ortalama İşletme Sermayesi : 550.000 - 650.000 \$
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı :
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : %5
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

(x) Eğitim	Training
(x) El Kitabı	Handbooks
(x) Yer Seçimi	Site Selection
(x) Bölge Koruması	Area Protection
(x) Proje	Planing - Design
(x) Ortak Reklam	Shared Advertising
(x) Mal Temini	Product Supply
(x) Pazarlama	Marketing Materials
(x) Finansman	Financing
(x) Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Tüm Türkiye ve Yurt Dışı
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : 15 Şube
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :
Genç, Dinamik ve girişimci ruha sahip, işinin başında aktif olarak duran, müşteri memnuniyetini öncelikli tutan ve marka değerlerini benimseyerek işletmeyi başarıyla yönetebilecek adaylar tercih edilmektedir.

Aranılan İş Yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

Tercih edilen iş yeri lokasyonları; ana caddeler üzerinde, Üniversitelerin bulunduğu bölgelerde ve yay trafiğinin yoğun olduğu alanlarda yer alan noktalar. Ayrıca cazibe merkezi haline gelmiş kilit lokasyonlar, plazalar ile dershane ve hastane çevreleri de öncelikli olarak değerlendirilmektedir. Bu bölgelerde özellikle köşe konumunda bulunan, geniş metrekareye sahip, teras veya bahçe gibi açık alanı bulunan iş yerleri tercih edilmektedir. Genel olarak yüksek görünürlüğe sahip ve yoğun insan sirkülasyonu bulunan cazip noktalar aranılan başlıca özellikler arasındadır.

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :

Nevada Coffee Franchise Sistemi, kurumsal yapı, standartlaştırılmış operasyon süreçleri ve sürdürülebilir büyüme büyüme modeli ile girişimcilere güçlü bir iş ortaklığı sunmayı amaçlamaktadır. Marka kimliği, ürün kalitesi ve hizmet Standartları tüm şubelerde aynı düzeyde uygulanarak güçlü ve güvenilir bir marka yapısı oluşturulmaktadır.

Franchise ortaklarımıza lokasyon seçimi, mağaza kurulumu, personel eğitimi ve operasyonel süreçlerde kurumsal destek sağlanmakta; Planlı ve sağlam adımlarla büyüyen bir marka modeli ile Nevada Coffee'nin geleceği birlikte inşa edilmektedir.

PAYLAŞMAYI SEVİYORUZ BİRLİKTE BÜYÜYORUZ

Hızla büyüyen Nevada ailesine
katılmak için vakit kaybetmeyin.

**Hayatı paylaşalım,
birlikte kazanalım,
birlikte büyüyelim.**



ONE TACOS

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Fast food sektörü
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2024
Year Company Founded : 2024

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2024
Start of Franchising in Türkiye : 2024

Franchisee Adedi : 25
Number of Franchised Stores : 25

Franchise Hedefi : 2026: 75
Targeted Franchise Stores : 2026: 75

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : N/A

Ortalama İşletme Sermayesi : 6.000.000 TL.
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : %1
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : %5
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

(x) Eğitim	Training
(x) El Kitabı	Handbooks
(x) Yer Seçimi	Site Selection
(x) Bölge Koruması	Area Protection
(x) Proje	Planing - Design
(x) Ortak Reklam	Shared Advertising
(x) Mal Temini	Product Supply
(x) Pazarlama	Marketing Materials
(x) Finansman	Financing
(x) Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : İç Anadolu, Marmara ve Ege
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :

Overseas Expansion Goals :
Ülkemizdeki illerin çoğunluğuna yayıldıktan sonra yurt dışına açılma planlarını devreye sokmayı amaçlıyoruz.

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :

One Tacos olarak, Türkiye'nin ilk franchise tacosu markası olmanın getirdiği yenilikçi ruhu ve öncülük vizyonunu paylaşacak iş ortaklarıyla büyümeyi hedefliyor, markamızın dinamik yapısına uyum sağlamalarını bekliyoruz. Adayların, kendilerine sunulan eğitim süreçlerini başarıyla tamamlayarak her zaman en yüksek hizmet standartlarını sunmayı hedeflemesi; operasyonel mükemmeliyeti benimsemesi bizim için büyük önem taşır. Aynı zamanda girişimcilik ruhuna sahip, gıda sektöründe büyümeyi hedefleyen, gelişime açık ve ekip çalışmasına uyum sağlayabilen yatırımcılarla birlikte markamızı daha da ileri taşımak istiyoruz.

Aranılan İş Yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

One Tacos franchise şartları arasında restoran olarak kullanılacak mekanın giriş katında olup, ortalama 100-250 m² alana sahip olması, bu kriterlere ek olarak her hat için tavan yüksekliğinin 2.90 metre ve restoranın ön cephe genişliğinin ise ortalama 6 metre ölçülerinde olması şartı aranmaktadır. Tercihen semtlerin ana caddelerinde ya da AVM'lerde bulunan alanlara şube açılışları planlanır.

Sisteminiz Hakkında/ Own Comments on System :

Fransız Tacos'un Türkiye'deki yeni adresi One Tacos, en kaliteli malzemeleri ve artisan sosları bir araya getirerek her lokmada "sonsuz lezzet" sunar. Geleneksel Meksika lezzetlerini Fransız dokunuşuyla buluşturan bu özel konsept, dünyada hızla yükselen Fransız Tacos trendinin Türkiye'deki güçlü temsilcilerinden biridir. Kekikli tavuk, chicken tenders ve özenle hazırlanmış kaburgalı et gibi zengin içerikler; tamamen kendi üretimimiz olan özgün soslar ve taze eşlikçilerle bir araya getirilir. Ürünlerimiz, ister çıtır tortilla arasında, ister daha hafif alternatifler sunan box seçenekleriyle hazırlanarak her damak zevkine hitap eder. SR Holding'in gıda sektöründeki uzun yıllara dayanan tecrübesiyle geliştirilen One Tacos, yalnızca ürün sunmaz; yerel damak tadına uyarlanmış global bir lezzet deneyimi sunar. Malzeme kalitesinden sunuma kadar her detay titizlikle planlanır ve misafirlerimize her ziyaretlerinde aynı yüksek standart sağlanır.



ADRES / ADDRESS

Mustafa Kemal Mah. Dumlupınar Blv. Tepe
Prime No:226 B İç Kapı No:21 Çankaya - Ankara

Tel : +90 850 420 0 420

E-Mail : info@onetacos.com

Web : www.onetacos.com

YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE
FAST FOOD GIDA A.Ş.

YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON
ALİ ÜNAL

FRANCHISE'DA ÇIFTE KAZANÇ FIRSATI

LEZZET AŞKI SR DÖNER VE
TÜRKİYE'NİN İLK FRANSIZ TACOSU ONE TACOS BİR ARADA!

100+
ŞUBE



 **SR DÖNER**
LEZZET AŞKI

 **ONE TACOS**
SONSUZ LEZZET



0850 420 0 420

f @ x srdonertr srdoner.com.tr

f @ x onetacosttr onetacos.com

**ADRES / ADDRESS**

Cevizli Mah. Yeşil Sok. Adakule No:4 İç Kapı
No:75 Maltepe - İstanbul

Tel : +90 530 320 11 94

E-Mail : yonetim@mineralim.com.tr

Web : www.panista.com.tr

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

**MİNERALİM UNLU VE UNLU
MAMÜLLER A.Ş.**

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON**

OZAN TÜRK

PANİSTA

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı :
Artizan Kafe Fırın ve Unlu Mamuller
Product-Service Type :
Artisan Bakery Retailing and Frozen Bakery Products

Kuruluş Yılı : 2025
Year Company Founded : 2025

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2025
Start of Franchising in Türkiye : 2025

Franchisee Adedi : 7
Number of Franchised Stores : 7

Franchise Hedefi : 2026: 12
Targeted Franchise Stores : 2026: 12

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 500.000 TL. / 12.000 USD

Ortalama İşletme Sermayesi :
5,5 mio TL yatırım bedeli , 1 mio TL işletme
Required Start-up Capital :
110.000 USD store investment , 25.000 USD working capital

Reklam Payı Katılımı : Net cironun %1'i
Advertising Contribution : %1 from net revenue

Sürekli Franchise Ödemesi : Net cironun %4'ü
Ongoing Royalty Fee : %4 from net revenue

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Türkiye
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Ortadoğu, Türk Cumhuriyetler, Doğu Avrupa ve Balkan'lar
Overseas Expansion Goals :
Middle East, Turkish Speaking Countries, East Europe and Balkans.

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler :
Bölgesine hakim vizyoner, güvenilir, özverili ve çalışkan, Perakende sektöründe deneyimli ve yetkin, daha önce işletmecilik deneyimi olan, satış ve pazarlama konusunda deneyimli, insan ve çalışan ilişkilerinde deneyimli, yenilikçilik ve adaptasyon yeteneği olan, finansal yeterliliğe sahip.

Required Franchisee Profile :
A visionary, reliable, dedicated, and hardworking individual with a strong command of their region, experienced and competent in the retail sector, with prior management experience, sales and marketing experience, experience in interpersonal and employee relations, innovative and adaptable, and financially stable.

Aranılan İş Yeri Özellikleri :
100-150 m², arası düz ayak, site ve hanelere yakın lokasyonda, tercihen bacası olan mağazalar.

Site Selection Criteria :
Shops measuring 100-150 m², ground floor, located close to residential areas and housing complexes, preferably with a chimney.

Sistemimiz Hakkında :
Türkiye'nin artizan kafe fırın konsepti Panista iş ortaklarına düşük maliyetli ve yüksek kazançlı yatırım fırsatı sunuyor.

Own Comments on System :
Panista, Turkey's artisan cafe bakery concept, offers its business partners a low-cost and high-profit investment opportunity



PANISTA

ARTISAN BAKERY CAFE

Türkiye'nin Artizan Kafe Fırın'ı Panista yatırımcı adaylarını arıyor.

Her ayrıntısı incelikle kurgulanmış bir markayla büyüme isteyenler için. **Düşük yatırım maliyeti** ve **yüksek kazanç** potansiyeli ile, aynı vizyonu paylaşacağımız **iş ortaklarımızı bekliyoruz.**

www.panista.com.tr



PARME ITALIAN STREET FOOD



ADRES / ADDRESS

Toygar Mah. 23113 Sok. No:3/A Karesi - Balıkesir

Tel : +90 552 818 10 10

E-Mail : info@parme.com.tr

Web : www.parme.com.tr

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

**PARME ITALIAN
STREET FOOD**

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON**

ERMAN ELHAN

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı :
Product-Service Type :
El yapımı makarna ve pizza çeşitleri (açık mutfak)

Kuruluş Yılı : 2023
Year Company Founded : 2023

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2023
Start of Franchising in Türkiye : 2023

Franchisee Adedi : 6
Number of Franchised Stores : 6

Franchise Hedefi : 2026: 15
Targeted Franchise Stores : 2026: 15

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 18.000 \$ (3 yıllık)

Ortalama İşletme Sermayesi : 3.500.000 TL. - 4.500.000 TL.
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : Alınmamaktadır.
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : Alınmamaktadır.
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :

Aranacak İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

Yaya trafiğinin yoğun olduğu ve 25-50 m² arasındaki iş yerleri

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :

www.parme.com.tr adresinden franchising formumuzu doldurarak iletişim bilgilerinizi bırakabilirsiniz. Akabinde franchise birimimiz sizlere tüm detayları aktaracaktır.

Kadın
Girişimci
İşletmesi

Bu Hikâyede Sen de Varsın

Her güzel hikâye bir masada başlar. Parme'de o masanın etrafında özenle hazırlanmış lezzetler, emeğe duyulan saygı ve güvenle kurulan ilişkiler vardır. Bu masa, ortak hayalleri olanları buluşturur. Parme, kendi işini kurarken yalnız kalmak istemeyenler için bir franchise'dan çok daha fazlasıdır; uzun soluklu bir yol arkadaşlığıdır.

Parme

PASAPORT PIZZA



ADRES / ADDRESS

Manas Bulv. No:39 Folkart Towers B Kule
Ofis:3805, 3811 Bayraklı - İzmir

Tel : +90 232 502 31 63

E-Mail : info@pasaportpizza.com

Web : www.pasaportpizza.com

YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE

PASAPORT HAZIR YİYECEK
SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

YETKİLİ KİŞİ /

CONTACT PERSON

GENEL MÜDÜR

MÜKREMIN ÖZDEMİR

GENEL MÜDÜR YARDIMCISI

VİLDAN ARIKAN OPERASYON VE

FRANCHISE MÜDÜRÜ

CÜNEYT AKBULAK

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Hazır Yiyecek / Pizza
Product-Service Type : Fast-Food/ Pizza

Kuruluş Yılı : 1998
Year Company Founded : 1998

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 1999
Start of Franchising in Türkiye : 1999

Franchisee Adedi : 330
Number of Franchised Stores : 330

Franchise Hedefi : 400
Targeted Franchise Stores : 400

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli :

AVM ve cadde mağaza konseptlerine, konum ve bölgelere göre farklılık göstermektedir

İnital Fee :

It varies according to shopping mall and high-street store concepts, as well as location and region

Ortalama İşletme Sermayesi :

Bölge ve bayi konseptine

Required Start-up Capital :

The cost depends on the region and the dealer

Reklam Payı Katılımı :

Reklam görsel çalışmaları merkez tarafından koordine edilir. Ayrıca, dijital pazarlama, sosyal medya içerik yönetimi, müşteri memnuniyeti odaklı yönlendirmeler ve online yemek platformlarında yürütülen kampanya süreçlerine yönelik destekler sağlanır.

Advertising Contribution :

Advertising visual works are coordinated by the headquarters. In addition, support is provided for digital marketing, social media content management, customer satisfaction-focused guidance, and campaign processes carried out on online food delivery platforms.

Sürekli Franchise Ödemesi :

Sürekli Franchise Ödemesi Yoktur.

Ongoing Royalty Fee :

There are no ongoing franchise fees.

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :

Pasaport Pizza; Türkiye genelinde üniversite çevreleri, merkezi lokasyonlar ve paket servis potansiyeli yüksek bölgelerde franchise odaklı büyümeyi hedeflemektedir.

Target Franchise Area :

Pasaport Pizza targets strategic expansion across Turkey, prioritizing high-traffic locations, university hubs, and delivery-dense neighborhoods through a sustainable franchise model.

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :

Pasaport Pizza, Özbekistan'dan Almanya'ya, Dubai'den Balkanlar'a uzanan geniş bir coğrafyada kalıcı iş birlikleri ve derinlemesine pazar analizleriyle uluslararası büyüme sürecini yönetmektedir.

Overseas Expansion Goals :

Pasaport Pizza is strategically expanding into international markets—including Central Asia, Europe, and the Middle East—focusing on long-term partnerships and sustainable global growth.

Aranan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

AVM'lerde minimum 40 m², Cadde bayilerimizde minimum 80 m²'dir. In shopping malls, the minimum size is 30 m², and in street dealerships, the minimum size is 80 m² dir.

Türkiye'nin En İtibarlı Pizza Markası!



pasaport pizza®



www.pasaportpizza.com
www.pasaportpizza.com.tr

PELLEGRO Caff  Italiano



ADRES / ADDRESS

Birlik Mah. 448. Cad. No:95/8  ankaya – Ankara

Tel : +90 541 906 18 17

E-Mail : contact@pellegro.com

Web : www.pellegro.com

YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE

HACIBABA
DANIŞMANLIK A.Ő.

YETKİLİ KİŞİ /

CONTACT PERSON

MUSTAFA KARAMAN

 lke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

 r n - Hizmet Kapsamı : Kafe
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2026
Year Company Founded : 2026

Franchise Vermeye Başlama Yılı :
Start of Franchising in Türkiye :

Franchisee Adedi : 2
Number of Franchised Stores : 2

Franchise Hedefi : 5 (2026)
Targeted Franchise Stores : 5 (2026)

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 2027'ye kadar yok.

Ortalama Őletme Sermayesi : 10.000.000-20.000.000 TL
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : %2
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise  demesi : %4
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

(x) Eğitim	Training
(x) El Kitabı	Handbooks
(x) Yer Seçimi	Site Selection
(x) B�lge Koruması	Area Protection
(x) Proje	Planing - Design
(x) Ortak Reklam	Shared Advertising
(x) Mal Temini	Product Supply
(x) Pazarlama	Marketing Materials
() Finansman	Financing
(x) Personel Temini	Personnel Selection

Hedef B lge : Ankara ve İstanbul
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : 2028'e kadar d Ő nm yoruz.
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranacak  zellikler/Required Franchisee Profile :
Titiz, motive ve estetik bakış açısına sahip yatırımcılar arıyoruz.

Aranacak Ő Yeri  zellikleri/Site Selection Criteria :

350 m² ve üzeri, geniş veya 2 cepheli, yaya trafiğinin yoğun olduğu bölgeler veya yeni gelişmekte olan bir projenin/bölgenin "en iyi" d kkanlarından biri, ve mutlaka sosyo-kültürel olarak üst segmentin yaşadığı/çalıştığı bölgeler.

Sistemimiz Hakkında :

Own Comments on System :

Hacıbaba Grup olarak (hacibabagrup.com.tr) yeme-içme sektöründe 25 yılı aşkın süredir faaliyet göstermekteyiz. Kahveci Hacıbaba markamızla ulaŐtıđımız 9 Őubelik yapı, üretim ve lojistik altyapımız ile g cl  bir operasyonel birikime sahibiz. Bu birikimi, deneyimli ve dinamik merkez ekibimizle birlikte yeni markamız Pellegro'ya taşıyoruz.

Pellegro; nitelikli kahve, Napoli usulü pizza ve İtalyan tatlılarını odağına alan, "Local Touch, Italian Soul" yaklaşımıyla konumlanan özgün bir markadır. Türk ve İtalyan kültürlerinin estetik ve enerjik bir sentezini sunmayı hedefler. Ankara'daki Birlik Mah. Şubemiz merkez/pilot Őubemizdir ve ziyaret edip gözlem yapmanızı tavsiye ederiz. Franchise Ő modelimizde; yer seçimi, projelendirme, uygulama, eğitim ve operasyonel s relerde düzenli ve sistematik destek sunmayı bütüncül bir yapı olarak ele alıyoruz. Bu s relerin her aşamasında titiz, sürdürülebilir ve sorumluluk odaklı bir yaklaşım benimsiyoruz. Markamızın kimliğine, stratejik kurgusuna ve gastronomik birikimine güveniyor, uzun vadeli ve karşılıklı değer üreten Ő birliklerine açık olduğumuzu paylaŐmaktan memnuniyet duyuyoruz.

PELLEGRO

CAFFÈ ITALIANO



KAFE AMA PIZZACI GİBİ... İTALYAN AMA TÜRK GİBİ...

BU ÖZGÜN PROJENİN PARÇASI OLUN!

25 yılı aşkın yeme-içme sektör deneyimiyle Hacibaba Grup güvencesinde doğan Pellegro; nitelikli kahve, Napoli usulü pizza ve İtalyan tatlılarını "Local Touch, Italian Soul" yaklaşımıyla buluşturur.

Bugün Ankara'da 2 başarılı şubesiyle test edilmiş bu model, şimdi doğru yatırımcılarla büyüyor.



Franchise Fırsatları ve Detaylı Bilgi için
contact@pellegro.com | +90 (541) 906 18 17

Instagram
pellegrocaffe



ADRES / ADDRESS

Metropol İstanbul A Blok
No:2 Kat:9 D:152 Ataşehir - İstanbul

Tel : +90 850 259 30 30

E-Mail : franchise@perlos.com.tr

Web : www.perlos.com.tr

YETKİLİ FİRMA / AUTHORIZED FRANCHISOR FOR TÜRKİYE

PERLOS GIDA

YETKİLİ KİŞİ / CONTACT PERSON

YAHYA PULAT
+90 532 396 63 42

PERLO'S BURGER & MORE

Ülke Orijini : Sırbistan / Belgrad
Country Origin : Serbia / Belgrade

Ürün - Hizmet Kapsamı : Yeme - İçme
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2021
Year Company Founded : 2021

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2022
Start of Franchising in Türkiye : 2022

Franchisee Adedi : 5
Number of Franchised Stores : 5

Franchise Hedefi : 2026: 11
Targeted Franchise Stores : 2026: 11

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 35.000 EURO

Ortalama İşletme Sermayesi : 170.000 EURO
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : %1
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : %5
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Türkiye / Genel
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : Avrupa
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :
Eğitilmiş vizyoner yeme içme meraklı olan aynı zamanda misafir ağırlama konusunda gelişime açık tüm yatırımcılar.

Aranılan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
Şehirli nüfusun yaşadığı yeme içme kültürü oluşmuş. Geçiş noktaları insanların 150 m² üstü dükkanlar

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :
2021 yılında, Belgrad'ın kalbinde, küçük ama büyük hayallerle dolu bir dükkânda ilk burgerimizi pişirdik. Amacımız basitti: Gerçek lezzeti, en iyi malzemeler ve özenle hazırlanmış tariflerle sunmak. Misafirlerimizin yüzündeki gülümseme, bizim en büyük motivasyonumuz oldu. Kısa sürede yoğun beğeni topladık ve bu tutkuyu daha ileri taşımaya karar verdik. Bugün, taze ve kaliteli malzemelerle hazırladığımız burgerlerimizi, yılların getirdiği deneyim ve tutkuyla daha geniş kitlelere ulaştırmaya hazırız.

PİZZA LAZZA

GIDA

FOOD AND
BEVERAGE

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Gıda - Fastfood
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2014
Year Company Founded : 2014

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2018
Start of Franchising in Türkiye : 2018

Franchisee Adedi : 100
Number of Franchised Stores : 100

Franchise Hedefi : 2026:140
Targeted Franchise Stores : 2026:140

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 15.000 \$ + KDV

Ortalama İşletme Sermayesi : 1.000.000 TL.
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : %3
Advertising Contribution : %3

Sürekli Franchise Ödemesi : %6
Ongoing Royalty Fee : %6

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input checked="" type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Türkiye Geneli
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : Yurt Dışı Operasyon yoktur.
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :

Aranacak İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
Min.100 m², Bac, Min. 100 m², Kendinden bacalı veya muvafakatı olan, Düz ayak olması, Tercihen köşe dükkan olması, ticari aksta bulunması ve yaya trafiğinin yoğun olduğu noktalarda bulunması.

Sisteminiz Hakkında :
Own Comments on System :
www.pizzalazza.com.tr



ADRES / ADDRESS

Yamanevler Mah. Toya Sok. No:2 B Blok
Ümraniye - İstanbul

Tel : +90 216 633 24 24

E-Mail : info@pizzalazza.com.tr

Web : www.pizzalazza.com.tr

YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE

PİZZA LAZZA

YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON

ERDEM GENÇ

**ADRES / ADDRESS**

Ofisim İstanbul Plazaları Cevizli Mah. Tugay
Yolu Cad. No:20 A Blok Kat:6 Ofis No:29 Maltepe
- İstanbul

Tel : +90 216 367 97 00

E-Mail : info@pizzamax.com

Web : www.pizzamax.com

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

**PİZZA MAX GIDA
TİC. SAN. A.Ş.**

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON
CUMA RESULOĞLU**

PİZZA MAX

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı :
Product-Service Type :

Pizza tabanı üretimi, pizza ve tavuk çeşitleri satışı, restoran işletmesi

Kuruluş Yılı : 2026
Year Company Founded : 2026

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2026
Start of Franchising in Türkiye : 2026

Franchisee Adedi : Merkez şube açılışı ile faaliyete başlandı
Number of Franchised Stores :

Franchise Hedefi : 2026: 90
Targeted Franchise Stores : 2026: 90

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee :
2026 yılına özel olarak ilk yıl alınmayacaktır.

Ortalama İşletme Sermayesi : 4.500.000 TL. - 5.500.000 TL.
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : %6
Advertising Contribution : %6

Sürekli Franchise Ödemesi :
Ongoing Royalty Fee :
2026 yılına özel olarak ilk yıl alınmayacaktır.

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Türkiye
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :
Orta vadede Avrupa ve yakın coğrafyada büyüme hedefi
bulunmaktadır.

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :
Yatırımcı adayının öncelikli işi ve sorumluluğunun markamızın işletmecisi
olmasını tercih ediyoruz.

Aranılan İş Yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
50-120 m², yaya trafiğinin yoğun olduğu, tercihen ana cadde üzerinde ve
paket servis potansiyeli yüksek lokasyonları tercih ediyoruz.

Sisteminiz Hakkında :
Own Comments on System :
Tüm Türkiye için kendi üretim tesislerimizde ürettiğimiz pizza
tabanlarını yarı pişmiş ve donuk olarak kendi lojistik ağımla
şubelerimizin kapısına kadar götürmekteyiz. Böylelikle operasyonel
kolaylık ve işçilik maliyeti gibi önemli alanlarda yatırımcımızın işini
kolaylaştırıyoruz. Yatırımcılarımızın satışından herhangi bir oranda pay
almıyoruz. Kazan - kazan ilkesiyle çalışıyoruz. Her alanda bayilerimizin
satışlarını artırmaya yönelik çalışmalar yapıyoruz.

Ülke Orijini : Amerika
Country Origin : U.S.A.

Ürün - Hizmet Kapsamı : Hızlı Servis Restoran Zinciri
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 1972
Year Company Founded : 1972

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2007
Start of Franchising in Türkiye : 2007

Franchisee Adedi : 93 **2026: 10**
Number of Franchised Stores : 93

Franchise Hedefi / Targeted Franchise Stores :
2026: Restoranlarımızın bulunmadığı potansiyel bölgeler / iller ve AVM'ler

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 40.000 \$ + KDV

Ortalama İşletme Sermayesi :
Required Start-up Capital :
Projenin tipi ve büyüklüğüne göre değişiklik göstermektedir.

Reklam Payı Katılımı/ Advertising Contribution
Sürekli Franchise Ödemesi / Ongoing Royalty Fee : Toplam %13

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

() Eğitim	Training
() El Kitabı	Handbooks
() Yer Seçimi	Site Selection
() Bölge Koruması	Area Protection
() Proje	Planing - Design
() Ortak Reklam	Shared Advertising
() Mal Temini	Product Supply
() Pazarlama	Marketing Materials
() Finansman	Financing
() Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :
Target Franchise Area :
Restoranlarımızın bulunmadığı bölgeler, iller ve AVM'ler de yeni franchise restoranlar

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :
Franchisee adaylarında standartları karşılayabilecek restoranlara sahip olmak dışında, öncelikle girişimci bir ruha ve başarıya hırsına sahip olmalarını tercih ediyoruz. Aynı zamanda, asgari lise mezunu olması gereken adayların başarılı bir iş geçmişi, yönetim tecrübesi ve yatırımın gerektirdiği finansal kaynaklara da sahip olmaları gerekmektedir.

Aranılan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
İş yeri mekânı olarak yaya ve taşıt trafiğinin yoğun olduğu, fast food işletmeciliğine uygun ana arterler ile süpermarket, sinema, dersane ve okulların yoğun bulunduğu bölgeler tercih edilmektedir. İş yeri giriş katında olmalıdır. Inline (cadde) restoran konseptinde, restoranın toplam minimum 300 m² kapalı alana sahip olması, AVM food court konseptinde ise toplam minimum 110 m² kapalı alana sahip olması gerekmektedir.

Sisteminiz Hakkında :
Own Comments on System :
Popeyes; restoranının hazır hale getirip açılmasından itibaren, lisans süresi boyunca yoğun olarak operasyon, personel eğitimi, insan kaynakları, mali işler, reklam, pazarlama, satın alma, lojistik ve teknik destek vermektedir.



ADRES / ADDRESS

Balmumcu Mah. Emirhan Cad. Atakule
No:109 34349 Beşiktaş - İstanbul

Tel : +90 212 310 66 00

E-Mail : franchise@tabgida.com.tr

Web : www.franchise.tabgida.com.tr

YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE

TAB GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.

YETKİLİ KİŞİ /

CONTACT PERSON

CO-CEO ÖZGÜR ÇETİNKAYA

QUBO BURGER



ADRES / ADDRESS

Macun Mah. Batı Bulv. Timko İş Merk. 177. Cad.
No:19/5 Yenimahalle - Ankara

Tel : +90 551 344 78 26

E-Mail : info@quboburger.com

Web : www.qubocoffee.com

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

**METS KAHVE EKİPMANLARI
SAN. TİC. LTD. ŞTİ.**

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON
BAYRAM YALÇIN**

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı :
Burger Alanında Anahtar Teslim Franchise Bayiliği
Product-Service Type : Burger Franchise Opportunity

Kuruluş Yılı : 2025
Year Company Founded : 2025

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2025
Start of Franchising in Türkiye : 2025

Franchisee Adedi : 2
Number of Franchised Stores : 2

Franchise Hedefi : 2026: 10
Targeted Franchise Stores : ??

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : Talep edilmiyor

Ortalama İşletme Sermayesi : 800.000,00 TL.
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : Talep edilmiyor
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : Talep edilmiyor
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input checked="" type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Türkiye ve Mena Bölgesi
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Mena Bölgesi (Irak'ta master franchise bayimiz aktif faaliyetlerini sürdürmektedir)

Overseas Expansion Goals :
MENA Region (Our master franchise in Iraq is actively operating)

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler :
Yeterli finansal güce sahip, yatırım odaklı düşünen ve markanın operasyonel standartlarına bağlı kalabilecek yatırımcılar tercih edilmektedir.

Required Franchisee Profile :
Investors with sufficient financial resources, an investment-oriented mindset, and the ability to adhere to the brand's operational standards are preferred.

Aranacak İş yeri Özellikleri :
20 m² - 150 m² aralığında; cadde mağazası, AVM içi lokasyonlar ve yaya trafiği yüksek, ticari potansiyeli güçlü bölgeler tercih edilmektedir.

Site Selection Criteria :
For spaces ranging from 20 m² to 150 m², street-level locations, shopping mall locations, and areas with high pedestrian traffic and strong commercial potential are preferred.

Sisteminiz Hakkında :
Qubo Burger; lokasyon seçiminden mağaza tasarımına, merkezi satın almadan personel eğitimine kadar tüm süreçleri planlı ve standart bir yapı içinde yöneten kurumsal bir franchise sistemine sahiptir. Toplam yatırım bedelinin %50'si peşin, kalan %50'si ise 5 eşit taksit halinde, vade farksız olarak tahsil edilmektedir. Sözleşme ve ödeme planının tamamlanmasından ardından şube, ortalama 45 gün içerisinde anahtar teslim olarak yatırımcıya sunulmaktadır.
Açılış öncesi ve sonrası operasyonel destek, düzenli eğitim ve performans takibi ile yatırımın sürdürülebilirliği sistematik olarak güvence altına alınmaktadır.

SALOON BURGER

GIDA

FOOD AND
BEVERAGE

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Gıda - Fast Food
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2014
Year Company Founded : 2014

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2025
Start of Franchising in Türkiye : 2025

Franchisee Adedi : 15
Number of Franchised Stores : 15

Franchise Hedefi : 2026:30
Targeted Franchise Stores : 2026:30

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 15.000 \$ + KDV

Ortalama İşletme Sermayesi : 3.000.000 TL.
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : %3
Advertising Contribution : %3

Sürekli Franchise Ödemesi : %8
Ongoing Royalty Fee : %8

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input checked="" type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Türkiye Geneli
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : Yurt Dışı Operasyon yoktur.
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :

Aranacak İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
Min. 250 m², Kendinden bacalı veya muvafakatı olan, Düz ayak olması, Tercihen köşe dükkan olması, ticari aksta bulunması ve yaya trafiğinin yoğun olduğu noktalarda bulunması.

Sisteminiz Hakkında :
Own Comments on System :



ADRES / ADDRESS

Yamanevler Mah. Toya Sok. No:2 B Blok
Ümraniye - İstanbul

Tel : +90 216 633 24 24

E-Mail : info@saloonburger.com.tr

Web : www.saloonburger.com.tr

YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE
SALOON BURGER

YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON
ERDEM GENÇ

**ADRES / ADDRESS**

Macun Mah. Batı Bulv. Timko İş Merk. 177. Cad.
No:19/5 Yenimahalle – Ankara

Tel : +90 551 344 78 26

E-Mail : info@qubocoffee.com

Web : www.qubocoffee.com

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

**METS KAHVE EKİPMANLARI
SAN. TİC. LTD. ŞTİ**

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON
BAYRAM YALÇIN****QUBO COFFEE**

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı :
3. Nesil Kahve Zinciri Alanında Anahtar Teslim
Product-Service Type :
3rd Generation Coffee Chain Concept

Kuruluş Yılı : 2024
Year Company Founded : 2024

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2025
Start of Franchising in Türkiye : 2025

Franchisee Adedi : 7
Number of Franchised Stores : 7

Franchise Hedefi : 2026: 25
Targeted Franchise Stores : 2026: 25

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : Talep edilmiyor / Not requested

Ortalama İşletme Sermayesi : 1.200.000,00 TL
Required Start-up Capital : 1.200.000,00 TL

Reklam Payı Katılımı : Talep edilmiyor
Advertising Contribution : Not requested

Sürekli Franchise Ödemesi :
İlk yıl talep edilmiyor, 2. yıldan itibaren %3
Ongoing Royalty Fee :
No charge in the first year, 3% from the second year onwards.

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input checked="" type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Türkiye ve Mena Bölgesi
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Mena Bölgesi (Irak'ta master franchise bayimiz aktif faaliyetlerini sürdürmektedir)

Overseas Expansion Goals :
MENA Region (Our master franchise in Iraq is actively operating)

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler :
Yeterli finansal güce sahip, yatırım odaklı düşünen ve markanın operasyonel standartlarına bağlı kalabilecek yatırımcılar tercih edilmektedir.

Required Franchisee Profile :
Investors with sufficient financial resources, an investment-oriented mindset, and the ability to adhere to the brand's operational standards are preferred.

Aranılan İş Yeri Özellikleri :
20 m² - 1.500 m² aralığında; cadde mağazası, AVM içi lokasyonlar ve yaya trafiği yüksek, ticari potansiyeli güçlü bölgeler tercih edilmektedir.

Site Selection Criteria :
For spaces ranging from 20 m² to 1,500 m², street-level locations, shopping mall locations, and areas with high pedestrian traffic and strong commercial potential are preferred.

Sisteminiz Hakkında :
Qubo Coffee; lokasyon seçiminden mimari projelendirmeye, merkezi satın almadan barista eğitimine kadar tüm süreçleri planlı ve standart bir yapı içinde yöneten kurumsal bir franchise sistemine sahiptir. Toplam yatırım bedelinin %40'ı peşin, kalan %60'ı ise 10 eşit taksitte tahsil edilmektedir. Sözleşme ve ödeme planının tamamlanmasının ardından şube, ortalama 45 gün içerisinde anahtar teslim olarak yatırımcıya teslim edilmektedir. Açılış öncesi ve sonrası operasyonel destek, düzenli eğitim ve performans takibi ile yatırımın sürdürülebilirliği sistematik olarak güvence altına alınmaktadır.

Güçlü marka,
Kârlı Yatırım



QUBO 
COFFEE
PREMIUM COFFEE.CO

FRANCHISE DESTEK HATTI

☎ 0 552 121 78 26

www  cafebayiligi.com

**ADRES / ADDRESS**

Balmumcu Mah. Emirhan Cad. Atakule No:109
34349 Beşiktaş - İstanbul

Tel : +90 212 310 66 00

E-Mail : franchise@tabgida.com.tr

Web : www.franchise.tabgida.com.tr

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

TAB GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.

YETKİLİ KİŞİ /

CONTACT PERSON

CO-CEO ÖZGÜR ÇETİNKAYA

SBARRO

Ülke Orijini : Amerika
Country Origin : U.S.A.

Ürün - Hizmet Kapsamı : Hızlı Servis Restoran Zinciri
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 1956
Year Company Founded : 1956

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2007
Start of Franchising in Türkiye : 2007

Franchisee Adedi : 118
Number of Franchised Stores : 118

Franchise Hedefi :
Targeted Franchise Stores :
2026: Restoranlarımızın bulunmadığı potansiyel bölgeler / iller ve AVM'ler

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 20.000 \$ + KDV

Ortalama İşletme Sermayesi :
Required Start-up Capital :
Projenin tipi ve büyüklüğüne göre değişiklik göstermektedir.

Reklam Payı Katılımı/ Advertising Contribution :
Sürekli Franchise Ödemesi / Ongoing Royalty Fee :
Toplam %13

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :
Target Franchise Area :
Restoranlarımızın bulunmadığı bölgeler, iller ve AVM'ler de yeni franchise restoranlar

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :
Franchisee adaylarında standartları karşılayabilecek restoranlara sahip olmak dışında, öncelikle girişimci bir ruha ve başarıya hırsına sahip olmalarını tercih ediyoruz. Aynı zamanda, asgari lise mezunu olması gereken adayların başarılı bir iş geçmişi, yönetim tecrübesi ve yatırımını gerektirdiği finansal kaynaklara da sahip olmaları gerekmektedir.

Aranacak İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
İş yeri mekânı olarak yaya ve taşıt trafiğinin yoğun olduğu, fast food işletmeciliğine uygun ana arterler ile süpermarket, sinema, dershane ve okulların yoğun bulunduğu bölgeler tercih edilmektedir. İş yeri giriş katında olmalıdır. Inline (cadde) restoran konseptinde, restoranın toplam minimum 250 m² kapalı alana sahip olması, AVM food court konseptinde ise toplam minimum 90 m² kapalı alana sahip olması gerekmektedir.

Sisteminiz Hakkında :
Own Comments on System :
Sbarro; restoranının hazır hale getirip açılmasından itibaren, lisans süresi boyunca yoğun olarak operasyon, personel eğitimi, insan kaynakları, mali işler, reklam, pazarlama, satın alma, lojistik ve teknik destek vermektedir.

SİMİT SARAYI

GIDA

FOOD AND
BEVERAGE

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı :
Unlu Mamül Grupları Üretim ve Satışı
Product-Service Type :
Bakery Product Groups Production and Sales

Kuruluş Yılı : 2002
Year Company Founded : 2002

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2007
Start of Franchising in Türkiye : 2007

Franchisee Adedi : Yurt içi - 57 mağaza / Yurt dışı - 32 mağaza
Number of Franchised Stores : Domestic - 57 store / Overseas - 32 store

Franchise Hedefi : 2026: 30 mağaza
Targeted Franchise Stores : 30 store

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee :
Yurt içi- 50.000 € / Yurt dışı 50.000 €
Domestic 50.000 € / Overseas 50.000 €

Ortalama İşletme Sermayesi :
Required Start-up Capital :
Yurt içi Ortalama 200.000 € / Yurt dışı Ortalama 300.000 €
Domestic Average 200,000 € / Overseas Average 300,000 €

Reklam Payı Katılımı : Yurt içi Aylık %2 / Yurt dışı Aylık %2
Advertising Contribution : Domestic %2 / Overseas % 2

Süreklili Franchise Ödemesi : Yurt içi Aylık %3 // Yurt dışı %3
Ongoing Royalty Fee : Domestic %3 / Overseas %3

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :
Target Franchise Area :
İstanbul - Ankara - İzmir - Muğla - Antalya - İç Anadolu

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : Avrupa ve Mena bölgesi
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :
Girişimci bir ruha ve başarıya isteğine sahip olmak, tercihen geçmiş iş tecrübelerinde başarılı olmak, işletme takip ve kontrolünü düzenli yapmak. Simit Sarayı için gerekli olan yatırımı karşılayacak finansal kaynaklara sahip olmak bayi adaylarımızda aradığımız başlıca özelliklerdir.
Having an entrepreneurial spirit and desire to succeed, preferably being successful in past business experiences, regularly monitoring and controlling the business, and having the financial resources to cover the investment required for Simit Sarayı are the main characteristics we look for in our dealer candidates.

Aranılan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
Ortalama 150 m² ve üzeri kapalı alan ve ilave açık alan, insan hareketinin yüksek olduğu 1. derece parkende caddeleri, Avm'lerde giriş kat mağazalar tercih edilmekte. Lokasyon bazında değerlendirme yapılmaktadır.
Average of 150 m² or more of closed area and additional open space, 1st degree retail streets with high human movement, and ground floor stores in shopping malls are preferred. Evaluation is made on a location basis.

Sisteminiz Hakkında :
Own Comments on System :
www.simitsarayi.com



ADRES / ADDRESS

Apa Giz Plaza, Büyük Dere Cad.
No:191 34330 Levent - İstanbul

Tel : +90 212 398 0 398

E-Mail : info@simitsarayi.com

Web : www.simitsarayi.com

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

SİMİT SARAYI YAT. VE TİC. AŞ.

YETKİLİ KİŞİ /

CONTACT PERSON

YURT İÇİ FRANCHISING

YILDIZ KÜÇÜKSUYOLCU

+90 533 202 68 16

YURT DIŞI FRANCHISING

SEVCAN UÇLAR

+90 533 157 57 23



2026
FRANCHISE REHBERİ
FRANCHISE GUIDE

SR DÖNER

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Fast food sektörü
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2013
Year Company Founded : 2013

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2014
Start of Franchising in Türkiye : 2014

Franchisee Adedi : 105
Number of Franchised Stores : 105

Franchise Hedefi : 2026: 150
Targeted Franchise Stores : 2026: 150

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : N/A

Ortalama İşletme Sermayesi : 6.000.000 TL.
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : %1
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : %5
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input checked="" type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : İç Anadolu, Marmara ve Ege
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :

Overseas Expansion Goals :
Ülkemizdeki illerin çoğunluğuna yayıldıktan sonra yurt dışına açılma planlarını devreye sokmayı amaçlıyoruz.

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :

Yatırımcı adaylarından tıpkı bizim yola çıkışımız gibi 'lezzet aşkı'nı yayma tutkusuyla bu yolculuğa başlamasını, kendilerine verilen eğitimleri başarıyla tamamlayarak hep en iyi hizmeti sağlamayı amaçlamasını ve yenilikçi bir vizyon ile bizimle birlikte aynı inanca sahip olmasını bekliyoruz. Müşteri memnuniyetini en üst düzeyde tutacak, girişimcilik ruhuna sahip, gıda sektöründe büyümek isteyen, gelişime açık ve bir takımın parçası olabilecek yatırımcılarla büyümeye devam etmek istiyoruz.

Aranılan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

SR Döner franchise şartları arasında restoran olarak kullanılacak mekanın giriş katında olup, ortalama 100-300 m² alana sahip olması, bu kriterlere ek olarak her hat için tavan yüksekliğinin 2.90 metre ve restoranın ön cephe genişliğinin ise ortalama 6.5 metre ölçülerinde olması şartı aranmaktadır. Tercihen semtlerin ana caddelerinde ya da AVM'lerde bulunan alanlara şube açılışları planlanır.

Sisteminiz Hakkında :**Own Comments on System** :

SR Döner, franchise vermeyi planladığı öncelikli lokasyonlarda farklı franchise iş modelleri ile yatırımcılarına farklı anlaşma seçenekleri sunmaktadır. Yatırımcılarını daha güçlü ve sağlam temeller üzerine yatırım yapmaya teşvik etmek amacı ile açacakları ilk restoran için franchise bedeli talebinde bulunmamaktadır. SR Döner 2013 yılından itibaren yürüttüğü franchise sistemi ile dijital ve geleceğe yaptığı yatırımlar kapsamında; gerekli durumlarda alt kiralama yöntemini benimseyerek hem marka standartlarını hem de kiralama gerekliliklerini güvence altına almaktadır. Güçlü franchise sistemine sahip olan markamızın yatırımcılarına karlı, sürdürülebilir ve başarılı bir yapı sunmasının en önemli nedeni Franchise 3D Analiz sistemi ile Doğru İşletmeci-Doğru Lokasyon-Doğru Kiralama süreçlerini bir araya getirerek başarılı restoranlar yaratmasıdır.

**ADRES / ADDRESS**

Mustafa Kemal Mah. Dumlupınar Blv.
Tepe Prime No:226 B İç Kapı No:21
Çankaya - Ankara

Tel : +90 850 420 0 420

E-Mail : info@srdoner.com.tr

Web : www.srdoner.com.tr

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

FAST FOOD GIDA A.Ş.

YETKİLİ KİŞİ /

CONTACT PERSON

ALİ ÜNAL

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Hızlı Servis Restoran Zinciri
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 1996
Year Company Founded : 1996

Franchise Vermeye Başlama Yılı :
Start of Franchising in Türkiye :

Franchisee Adedi : 129
Number of Franchised Stores : 129

Franchise Hedefi :
Targeted Franchise Stores :
2026: Restoranlarımızın bulunmadığı potansiyel bölgeler / iller ve AVM'ler

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 15.000 € + KDV

Ortalama İşletme Sermayesi :
Required Start-up Capital :
Projenin tipi ve büyüklüğüne göre değişiklik göstermektedir.

Reklam Payı Katılımı / Advertising Contribution
Sürekli Franchise Ödemesi / Ongoing Royalty Fee :
Toplam %12,5

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

() Eğitim	Training
() El Kitabı	Handbooks
() Yer Seçimi	Site Selection
() Bölge Koruması	Area Protection
() Proje	Planing - Design
() Ortak Reklam	Shared Advertising
() Mal Temini	Product Supply
() Pazarlama	Marketing Materials
() Finansman	Financing
() Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :
Target Franchise Area :
Restoranlarımızın bulunmadığı potansiyel bölgeler / iller ve AVM'ler

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :
Franchisee adaylarında standartları karşılayabilecek restoranlara sahip olmak dışında, öncelikle girişimci bir ruha ve başarıya hırslına sahip olmalarını tercih ediyoruz. Aynı zamanda, asgari lise mezunu olması gereken adayların başarılı bir iş geçmişi, yönetim tecrübesi ve yatırımın gerektirdiği finansal kaynaklara da sahip olmaları gerekmektedir.

Aranan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
İş yeri mekânı olarak yaya ve taşıt trafiğinin yoğun olduğu, fast food işletmeciliğine uygun ana arterler ile süpermarket, sinema, dersane ve okulların yoğun bulunduğu bölgeler tercih edilmektedir. İş yeri giriş katında olmalıdır. Inline (cadde) restoran konseptinde, restoranın toplam minimum 80 m² kapalı alana sahip olması, AVM food court konseptinde ise toplam minimum 45 m² kapalı alana sahip olması gerekmektedir.

Sistemimiz Hakkında :
Own Comments on System :
Bilgi ve başvurularınız için Subway web sitesini inceleyebilir, ya da franchise@tabgida.com.tr mail adresinden bilgi alabilirsiniz.



ADRES / ADDRESS

Balmumcu Mah. Emirhan Cad. Atakule No:109
34349 Beşiktaş - İstanbul

Tel : +90 212 310 66 00

E-Mail : franchise@tabgida.com.tr

Web : www.franchise.tabgida.com.tr

YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE

TAB GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.

YETKİLİ KİŞİ /

CONTACT PERSON

CO-CEO ÖZGÜR ÇETİNKAYA

TARİHİ SARIYER BÖREK



ADRES / ADDRESS

Vezirçiftliği Mah. D130 Karayolu Cad. No:172
Başiskele - Kocaeli

Tel : +90 44 44 170

E-Mail : info@sariyerborek.com

Web : www.sariyerborek.com

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

**TARİHİ SARIYER BÖREK GIDA
SANAYİİ TİC. LTD. ŞTİ.**

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON
FİKRET ERKAHRAMAN**

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Tarihi Sarıyer Börek
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 1995
Year Company Founded : 1995

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2002
Start of Franchising in Türkiye : 2002

Franchisee Adedi : 36
Number of Franchised Stores : 36

Franchise Hedefi : 2026: 50
Targeted Franchise Stores : 2026: 50

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : Alınmamaktadır.

Ortalama İşletme Sermayesi : 1.250.000 - 1.500.000 TL.
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : Alınmamaktadır.
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : Alınmamaktadır.
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Türkiye
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : Evet
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :
Gelişime açık. İşletmenin başında kendisinin ya da atayacağı bir profesyonelin bulunması. Yeterli sermayeye sahip olması.

Aranılan İş Yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

Yüksek iş hacimli ve yaya trafiğinin yoğun bulunduğu caddelerde geniş cepheye sahip lokasyonlar ve en az 70 m² öncelikle aradığımız özelliklerdendir. Ayrıca işe giden insan trafiğinin olması, yakınında hastane, okul, iş merkezleri ve kamu binalarının olması.

Sisteminiz Hakkında :
Own Comments on System :
www.sariyerborek.com/franchise

TATLICI KÖSE

GIDA

FOOD AND
BEVERAGE

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Baklava - Börek - Dondurma
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 1964
Year Company Founded : 1964

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2010
Start of Franchising in Türkiye : 2010

Franchisee Adedi : 38
Number of Franchised Stores : 38

Franchise Hedefi : 2026: 4
Targeted Franchise Stores : 2026: 4

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 15.000 \$

Ortalama İşletme Sermayesi : 500.000 TL.
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : %1
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : %2
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Tüm Türkiye
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :
Tatlıcı Köse franchise sisteminde önceliğimiz, markanın değerlerini benimseyen ve sistemi disiplinle uygulayabilecek yatırımcılarla çalışmaktır. Gıda sektöründe deneyim tercih sebebidir ancak zorunlu değildir. İşin başında durabilecek, operasyonu takip edebilecek ve markanın kalite standartlarına bağlı kalabilecek yatırımcı profili tercih edilmektedir.

Aranılan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

Tatlıcı Köse şubeleri için yüksek yaya trafiğine sahip cadde ve ticari bölgeler öncelikli olarak değerlendirilmektedir. Mağazanın görünürlüğü yüksek olmalı ve kolay ulaşılabilir bir lokasyonda bulunmalıdır. Ortalama 80-150 m² büyüklüğünde, vitrin cephesi güçlü ve üretim ile satış alanlarının verimli planlanabileceği mağazalar tercih edilmektedir.

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :

Tatlıcı Köse franchise sistemi; üretim standardizasyonu, operasyonel disiplin ve düzenli denetim üzerine kurulmuştur. Merkez tarafından sağlanan eğitim, operasyon desteği ve kalite kontrol mekanizmaları sayesinde tüm şubelerde aynı ürün kalitesi ve müşteri deneyimi hedeflenmektedir. Sistemimizin temel amacı hızlı büyüme değil, markanın değerini koruyarak sürdürülebilir bir franchise yapısı oluşturmaktır.



ADRES / ADDRESS

Sümer, Karafatma Cad. No:71, 01140
Seyhan - Adana

Tel : +90 444 5 673

E-Mail : info@tatlicikose.com

Web : www.tatlicikose.com.tr

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE
TATLICI KÖSE**

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON
BURAK GEDİK**

TERRA PIZZA



ADRES / ADDRESS

Aydınevler Mah. Siteler Yolu Cad.

No: 1A/5 Hilltown A.V.M Maltepe - İstanbul

Tel : +90 216 519 41 52

E-Mail : info@terrapizza.com.tr

Web : www.terrapizza.com.tr

YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYETERRA PIZZA GIDA
SAN. VE TİC. A.Ş.YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSONÜlke Orijini : Türkiye
Country Origin : TürkiyeÜrün - Hizmet Kapsamı :
Product-Service Type :

Pizza restoran zinciri, restoran içi servis, paket servis ve dijital sipariş kanalları üzerinden hizmet veren hızlı servis restoran modeli.

Kuruluş Yılı : 1995
Year Company Founded : 1995Franchise Vermeye Başlama Yılı : 1997
Start of Franchising in Türkiye : 1997Franchisee Adedi : 200'ün üzerinde franchise restoran
Number of Franchised Stores :Franchise Hedefi : 2026: 275
Targeted Franchise Stores : 2026: 275

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee :
Franchise isim hakkı bedeli 400.000 TL. + KDVOrtalama İşletme Sermayesi :
Required Start-up Capital :
4.500.000 TL - 5.500.000 TL (lokasyon ve metrekareye bağlı olarak değişiklik gösterebilir)Reklam Payı Katılımı :
Advertising Contribution :Sürekli Franchise Ödemesi : %7
Ongoing Royalty Fee : %7

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :

Target Franchise Area :

Türkiye genelinde büyümeyi sürdürüyoruz. Özellikle büyük şehirlerde penetrasyonu artırmayı ve gelişmekte olan şehirlerde yeni restoranlar açmayı hedefliyoruz.

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :

Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :

Terra Pizza franchise sistemine katılacak yatırımcı adaylarında;
Girişimci ve işletmecilik bakış açısına sahip olması

Hizmet sektörüne ilgi duyması

Operasyonel süreçleri aktif olarak yönetmeye istekli olması

Marka standartlarına ve operasyon disiplinine bağlı çalışması

İnsan yönetimi ve ekip liderliği konusunda yetkin olması

gibi kriterleri öncelikli olarak değerlendiriyoruz.

Aranan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

AVM veya yoğun yaya trafiğine sahip cadde lokasyonları

Ortalama 120 - 250 m² restoran alanı

Paket servis operasyonuna uygun konum

Yüksek görünürlüğe ve kolay erişime sahip noktalar

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :

1995 yılında İzmir'de kurulan Terra Pizza, bugün Türkiye genelinde geniş restoran ağıyla faaliyet gösteren güçlü bir pizza zinciridir.

Büyümemizi büyük ölçüde franchise sistemiyle sürdürüyoruz,

yatırımcılarımızla birlikte ölçeklenebilir ve sürdürülebilir bir iş

modeli geliştiriyoruz. Güçlü marka bilinirliğimiz, standartlaşmış

operasyon yapımız ve merkezi tedarik altyapımız sayesinde tüm

restoranlarımızda aynı kalite ve hizmet standartlarını koruyoruz.

Menümüzde farklı damak tatlarına hitap eden pizza çeşitlerinin yanı

sıra yan ürünler, atıştırmalıklar ve içeceklerden oluşan zengin bir ürün

yelpazesi sunuyoruz.



**TERRA
PIZZA**

FRANCHISE FIRSATLARIYLA BÜYÜ

Türkiye'nin farklı noktalarında büyümeye devam eden franchise ağımıza yeni adayları bekliyoruz. Kendi işinin sahibi olmak için hemen başvurun.



**FRANCHISE
BAŞVURU
FORMU**





ADRES / ADDRESS

İstanbul Vega AVM. Yunus Emre,
Lütfi Aykaç Blv. No.8/1, İç Kapı: 218
Sultangazi/İstanbul

Tel : +90 543 277 71 51

E-Mail : info@trenddurum.com

Web : www.trenddurum.com

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

ACMEK GIDA TURİZM

İNŞAAT İTH. İHR.

DIŞ TİC. VE PAZ. LTD. ŞTİ.

YETKİLİ KİŞİ /

CONTACT PERSON

HÜSEYİN KÖMÜRCÜOĞLU

TREND DÜRÜM

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Fast Food Restoran
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2021
Year Company Founded : 2021

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2022
Start of Franchising in Türkiye : 2022

Franchisee Adedi :
Number of Franchised Stores :

Franchise Hedefi : 2026: 30
Targeted Franchise Stores : 2026: 30

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 15.000 \$ + KDV

Ortalama İşletme Sermayesi : 150 bin \$ + KDV
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı :
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi :
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input checked="" type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Türkiye
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : 2025
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :
Franchisee Adaylarında standartları karşılayabilecek restoranlara sahip olmak dışında, öncelikle girişimci bir ruha ve başarıya hırsına sahip olmalarını tercih ediyoruz. Yatırımın gerektirdiği finansal kaynaklara da sahip olması gerekmektedir.

Aranacak İş Yeri Özellikleri/Site Selection Criteria

İş yeri mekanı olarak yaya ve taşıt trafiğinin yoğun olduğu fast food işletmeciliğine uygun ana arterler, alışveriş merkezleri, süpermarketler, sinema dershane ve okulların yoğun olduğu bölgeler vb. Gibi iş yeri giriş katı olmalı mutfak ve depolar için en az 50 m² alan ayrabilmesi toplam 120 m² civarında kapalı alanın bulunması ön cephe genişliği en az 6 metre olması, kat yüksekliği min. 2,90 m olması gerekmektedir.

Sisteminiz Hakkında

Own Comments on System :
Bilgi ve başvurularınızı, için Trend dürüm Web sitesini inceleyebilir, yada info@trenddurum.com mail adresinden bilgi alabilirsiniz.

USTA DÖNERCİ

GIDA

FOOD AND
BEVERAGE

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Hızlı Servis Restoran Zinciri
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2013
Year Company Founded : 2013

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2016
Start of Franchising in Türkiye : 2016

Franchisee Adedi : 102
Number of Franchised Stores : 102

Franchise Hedefi :
Targeted Franchise Stores :
2026: Restoranlarımızın bulunmadığı potansiyel bölgeler / iller ve AVM'ler

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 20.000 \$ + KDV

Ortalama İşletme Sermayesi :
Required Start-up Capital :
Projenin tipi ve büyüklüğüne göre değişiklik göstermektedir.

Reklam Payı Katılımı / Advertising Contribution :
Sürekli Franchise Ödemesi / Ongoing Royalty Fee :
Modele göre değişiklik göstermektedir

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

() Eğitim	Training
() El Kitabı	Handbooks
() Yer Seçimi	Site Selection
() Bölge Koruması	Area Protection
() Proje	Planing - Design
() Ortak Reklam	Shared Advertising
() Mal Temini	Product Supply
() Pazarlama	Marketing Materials
() Finansman	Financing
() Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :
Target Franchise Area :
Restoranlarımızın bulunmadığı bölgeler, iller ve AVM'ler de yeni franchise restoranlar

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :
Franchisee adaylarında standartları karşılayabilecek restoranlara sahip olmak dışında, öncelikle girişimci bir ruha ve başarıya hırslına sahip olmalarını tercih ediyoruz. Aynı zamanda, asgari lise mezunu olması gereken adayların başarılı bir iş geçmişi, yönetim tecrübesi ve yatırımın gerektirdiği finansal kaynaklara da sahip olmaları gerekmektedir.

Aranacak İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
İş yeri mekânı olarak yaya ve taşıt trafiğinin yoğun olduğu, fast food işletmeciliğine uygun ana arterler ile süpermarket, sinema, dersane ve okulların yoğun bulunduğu bölgeler tercih edilmektedir. İş yeri giriş katında olmalıdır. Inline (cadde) restoran konseptinde, restoranın toplam minimum 250 m² kapalı alana sahip olması, AVM food court konseptinde ise toplam minimum 100 m² kapalı alana sahip olması gerekmektedir.

Sistem hakkında :
Own Comments on System :
Restoranın hazır hale getirip açılmasından itibaren, lisans süresi boyunca yoğun olarak operasyon, personel eğitimi, insan kaynakları, mali işler, reklam, pazarlama, satın alma, lojistik ve teknik destek vermektedir.



ADRES / ADDRESS

Balmumcu Mah. Emirhan Cad. Atakule No:109
34349 Beşiktaş - İstanbul

Tel : +90 212 310 66 00

E-Mail : franchise@tabgida.com.tr

Web : www.franchise.tabgida.com.tr

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

TAB GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.

YETKİLİ KİŞİ /

CONTACT PERSON

CO-CEO ÖZGÜR ÇETİNKAYA

USTA PİDECI



ADRES / ADDRESS

Balmumcu Mah. Emirhan Cad. Atakule No:109
34349 Beşiktaş - İstanbul

Tel : +90 212 310 66 00

E-Mail : franchise@tabgida.com.tr

Web : www.franchise.tabgida.com.tr

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

TAB GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.

YETKİLİ KİŞİ /

CONTACT PERSON

CO-CEO ÖZGÜR ÇETİNKAYA

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Hızlı Servis Restoran Zinciri
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2019
Year Company Founded : 2019

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2016
Start of Franchising in Türkiye : 2016

Franchisee Adedi : 53
Number of Franchised Stores : 53

Franchise Hedefi :
Targeted Franchise Stores :
2026: Restoranlarımızın bulunmadığı potansiyel bölgeler / iller ve AVM'ler

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 20.000 \$ + KDV

Ortalama İşletme Sermayesi :
Required Start-up Capital :
Projenin tipi ve büyüklüğüne göre değişiklik göstermektedir.

Reklam Payı Katılımı / Advertising Contribution
Sürekli Franchise Ödemesi / Ongoing Royalty Fee :
Modele göre değişiklik göstermektedir.

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

() Eğitim	Training
() El Kitabı	Handbooks
() Yer Seçimi	Site Selection
() Bölge Koruması	Area Protection
() Proje	Planing - Design
() Ortak Reklam	Shared Advertising
() Mal Temini	Product Supply
() Pazarlama	Marketing Materials
() Finansman	Financing
() Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :
Target Franchise Area :
Restoranlarımızın bulunmadığı bölgeler, iller ve AVM'ler de yeni franchise restoranlar

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :
Franchisee adaylarında standartları karşılayabilecek restoranlara sahip olmak dışında, öncelikle girişimci bir ruha ve başarıya hırsına sahip olmalarını tercih ediyoruz. Aynı zamanda, asgari lise mezunu olması gereken adayların başarılı bir iş geçmişi, yönetim tecrübesi ve yatırımın gerektirdiği finansal kaynaklara da sahip olmaları gerekmektedir.

Aranacak İş Yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
İş yeri mekânı olarak yaya ve taşıt trafiğinin yoğun olduğu, fast food işletmeciliğine uygun ana arterler ile süpermarket, sinema, dershane ve okulların yoğun bulunduğu bölgeler tercih edilmektedir. İş yeri giriş katında olmalıdır. Inline (cadde) restoran konseptinde, restoranın toplam minimum 250 m² kapalı alana sahip olması, AVM food court konseptinde ise toplam minimum 90 m² kapalı alana sahip olması gerekmektedir.

Sisteminiz Hakkında :
Own Comments on System :
Restoranının hazır hale getirip açılmasından itibaren, lisans süresi boyunca yoğun olarak operasyon, personel eğitimi, insan kaynakları, mali işler, reklam, pazarlama, satın alma, lojistik ve teknik destek vermektedir.

WAFFLE ART

GIDA

FOOD AND
BEVERAGE

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Waffle Cafe
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 1999
Year Company Founded : 1999

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2015
Start of Franchising in Türkiye : 2015

Franchisee Adedi : 11
Number of Franchised Stores : 11

Franchise Hedefi : 2026:15
Targeted Franchise Stores : 2026:15

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee :
Kurulum eğitim franchisee bir bütündür projeye göre fiyat

Ortalama İşletme Sermayesi :
Required Start-up Capital :
Kiosk 10.000 USD ile 20,000 \$
Dükkanlar 30,000 USD ile 60,000 \$

Reklam Payı Katılımı : Aylık 250 \$
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi :
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Ege, İç Anadolu Karadeniz, Güney Doğu Anadolu
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :
Asya, İngiltere, Polonya, Türki Cumhuriyetler

Franchise Adaylarında Aranan Özellikler/Required Franchisee Profile :
Franchisee sistemini kabullenecek ve uyacak yatırımcılar.

Aranan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
Yaya trafiğinin olduğu ve geç vakte kadar açık iş yerlerinin bulunduğu gelir düzeyi yüksek caddelerde.

Sisteminiz Hakkında :
Own Comments on System :
Kuruluş, eğitim franchisee bir bütündür. Dükkan ölçülerine göre fiyatlandırma yapılmaktadır.



ADRES / ADDRESS

Kurtuluş Mah. Halide Edip Adıvar Cad. No:13/E
B Blok Dükkan No: 29 Nilüfer - Bursa

Tel : +90 538 448 34 64

E-Mail : waffleart@yahoo.com

Web : www.waffleart.com.tr

YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE

EVİMDEN GIDA SAN. TİÇ. İTH.
İHRÇ. SAN. TİÇ. LTD. ŞTİ.

YETKİLİ KİŞİ /

CONTACT PERSON

ÖNDER UÇAR

VAV WINGS



ADRES / ADDRESS

Fevziçakmak mah.10505. Sok. No:18
Karatay - Konya

Tel : +90 506 537 89 80

E-Mail : franchise@vavhomemade.com

Web : www.vavwings.com

YETKİLİ FİRMA / AUTHORIZED FRANCHISOR FOR TÜRKİYE

VAV WINGS GIDA A.Ş.

YETKİLİ KİŞİ /

CONTACT PERSON

AHMET ÖMER KAMACI

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Restaurant
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2011
Year Company Founded : 2011

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2022
Start of Franchising in Türkiye : 2022

Franchisee Adedi : 10
Number of Franchised Stores : 10

Franchise Hedefi : 2026: 25
Targeted Franchise Stores : 2026: 25

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee :
10.000 USD İlk 10 Şube için almıyoruz.

Ortalama İşletme Sermayesi : 125.000 \$
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : Alınmamaktadır.
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : %3 İlk 10 Şube için alınmıyor.
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input checked="" type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Tüm Türkiye
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : Master Franchise modeli
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :
Yenilikçi işletme ve yönetim yetkinliği

Aranılan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

İş yeri mekanı olarak yaya ve taşıt trafiğinin yoğun olduğu, alışveriş merkezleri, süper marketler, sinema, dersane ve okulların yoğun olduğu bölgeler vb. En az 160 m² kapalı alanın bulunması.

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :

Vav Wings, restoranının açılmasından itibaren operasyon, personel eğitimi, insan kaynakları, mali işler, reklam, pazarlama, satın alma, lojistik ve teknik destek verilmektedir.

BAŞARIYA KANAT AÇIN!



**VAV WINGS FRANCHISE
FIRSATLARINDAN YARARLANIN!
MARKA BEDELİ YOK!**



VAV WINGS

444 89 90
www.vavwings.com
franchise@vavhomemade.com



Vav Wings
Ailesine Katılın!

WAFFLE'CI AKIN



ADRES / ADDRESS

Yalı Mah. 6479 Sok. No: 42/A Karşıyaka – İzmir

Tel : +90 232 330 07 00

E-Mail : info@waffleciakin.com

Web : www.waffleciakin.com

YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYEWAFFLEXTRA GIDA İNŞ. TUR.
SAN. TİC. A.Ş.YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON

MEHMET GEREN

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı :

Product-Service Type :

Waffle, dondurma, soğuk-sıcak içecek grubu, çikolata

Kuruluş Yılı : 1994

Year Company Founded : 1994

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2014

Start of Franchising in Türkiye : 2014

Franchisee Adedi : 24

Number of Franchised Stores : 24

Franchise Hedefi : 2026: 30

Targeted Franchise Stores : 2026: 30

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 400.000 TL+KDV

Ortalama İşletme Sermayesi : 1.750.000 TL.

Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : 5000 TL+ KDV

Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : Alınmamaktadır.

Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Tüm Türkiye ve Yurt dışı

Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :

Overseas Expansion Goals :

Orta Doğu ve AB ülkeleri başta olmak üzere, uygun görülecek tüm ülkelerde Master Franchise sistemi ile bayilikler verilecektir

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :

Waffle'ci Akın markasının gerektirdiği finansal olanaklara sahip olması

- İnsan yönetimi ve finansal yönetim tecrübesi
- Girişimci bir ruh ve başarıya azmi

Aranılan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

Yaya trafiğinin yoğun olduğu cadde ve sokaklar, Üniversite kampüs bölgeleri, kafeler bölgesi ve AVM'ler hedef bölgelerimizdir. Waffle'ci Akın 4 farklı modeli uygulamaya almaktadır.

- Waffle'ci Akın Plus: 100 m² ve üzeri kapalı + açık alan
- Waffle'ci Akın Waffle House: Min.30 m² kapalı + 20 m² açık alan
- Waffle'ci Akın AVM kiosk: 9 m² ve üzeri
- Waffle'ci Akın Mobil: 9 m²

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :

Bilgi ve başvurularınız için www.waffleciakin.com web sitemizi inceleyebilirsiniz

İş Modeliniz Hazır

HADİ MASAYA OTURALIM!



WHITE BURGER



ADRES / ADDRESS

Ayazağa Mah. Mastak Ayazağa Cad.
Çelik İş Merk. B Blok No.5 İç Kapı No:3
Sarıyer - İstanbul

Tel : +90 537 443 22 07

E-Mail : thelvacioglu@franchisecompany.com.tr

Web : www.franchisecompany.com.tr

YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE

THE FRANCHISE COMPANY

YETKİLİ KİŞİ /

CONTACT PERSON

TUĞBERK HELVACIOĞLU

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Smash Burger Restoranı
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2022
Year Company Founded : 2022

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2025
Start of Franchising in Türkiye : 2025

Franchisee Adedi : 16
Number of Franchised Stores : 16

Franchise Hedefi : 2026:38
Targeted Franchise Stores : 2026:38

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 100.000 \$ + KDV'dir.

Ortalama İşletme Sermayesi :
Required Start-up Capital :
Projenin tipi ve büyüklüğüne göre değişiklik göstermektedir.

Reklam Payı Katılımı : %2'dir.
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : %5'tir.
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

(x) Eğitim	Training
(x) El Kitabı	Handbooks
(x) Yer Seçimi	Site Selection
(x) Bölge Koruması	Area Protection
(x) Proje	Planing - Design
(x) Ortak Reklam	Shared Advertising
(x) Mal Temini	Product Supply
(x) Pazarlama	Marketing Materials
() Finansman	Financing
(x) Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Türkiye geneli
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :
Avrupa, Orta Doğu ve Türki Cumhuriyetler

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :
İşletme ve en az 3 yıllık ticari deneyime sahip olması, liderlik vasfına sahip olması, ekibi ile birlikte eğitimlere aktif olarak katılım sağlaması, özellikle yatırımcı gruplar için, profesyonel bir işletmeci ile çalışma kararlılığına sahip olması

Aranacak İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
Cadde ve Avm mağazalar, restoranın konumuna göre değişiklik göstermektedir.

Sistemizin Hakkında :

Own Comments on System :
White Burger, kuruluşundan itibaren yalnızca iyi burger yapan bir restoran markası olmanın ötesinde, yatırımcıların sürdürülebilir şekilde yönetebileceği bir işletme sistemi olarak tasarlanmıştır. Menü yapısı bilinçli olarak sade planlanmış, bu sayede üretim süreçleri hızlandırılmış ve gıda zayıyatı minimum seviyeye indirilmiştir. Standartlaştırılmış operasyon modeli sayesinde şubeler az sayıda personelle yönetilebilmekte ve yeni başlayan ekipler kısa sürede operasyonu sürdürebilecek seviyeye ulaşabilmektedir. Geliştirilen uzaktan stok takip ve denetim sistemi ile şubelerdeki stok hareketleri merkezi olarak izlenebilmekte, operasyonel kontrol sürekli sağlanmaktadır. White Burger, temiz mutfak anlayışı, gerçek malzemeye dayalı ürün yaklaşımı ve sürdürülebilir işletme modeli ile büyümesini sürdürmekte olup, 2026 yılı için Türkiye genelinde 40 şehirde 60 şubeye ulaşmayı planlamaktadır.

WHITE BURGER

by Serhat Doğramacı

TÜRKİYE'NİN EN BÜYÜK SMASH BURGER ZİNCİRİ

2 ÜLKEDE, 12 ŞEHİRDE 30 ŞUBE İLE HİZMETİNİZDEYİZ

İstanbul · Ankara · Antalya · Bursa · Diyarbakır · Gaziantep · Kayseri
· Kocaeli · Konya · Sakarya · Tekirdağ · Erbil



— DETAYLI BİLGİ İÇİN HEMEN İLETİŞİME GEÇİN! —



www.whiteburger.com



@whiteburgertr



0 (850) 441 13 77

HIZMET

SERVICE



Ülke Orjini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı / Product-Service Type : Eğlence

Kuruluş Yılı / Year Company Founded : 2018

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2018
Start of Franchising in Türkiye : 2018

Franchisee Adedi : 30
Number of Franchised Stores : 30

Franchise Hedefi : 2026: 100 Şube
Targeted Franchise Stores : 2026: 100 Şube

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 1.500.000 TL

Ortalama İşletme Sermayesi : 3.000.000 TL
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı / Advertising Contribution : Alınmamaktadır.

Sürekli Franchise Ödemesi : %8
Ongoing Royalty Fee : %8

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Ortadoğu Balkanlar ve Türki Cumhuriyetler
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi / Overseas Expansion Goals : Var

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :

- Markanın kurumsal kimliğini ve hizmet standartlarını doğru şekilde temsil edebilmek
- Uzun vadeli iş ortaklığı yaklaşımını benimsemek
- Yatırım ve işletme sermayesi gerekliliklerini karşılayabilecek finansal güce sahip olmak
- İş planına ve operasyonel süreçlere bağlı kalarak sürdürülebilir büyümeyi hedeflemek
- Finansal süreçleri düzenli ve şeffaf şekilde yönetebilmek
- Marka tarafından belirlenen sistem ve operasyon standartlarını uygulamaya açık olmak

Aranacak İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

- Alışveriş merkezleri, cadde mağazaları veya karma yaşam alanları içerisinde konumlanması tercih edilir
- Yoğun aile ve çocuk trafiğinin bulunduğu bölgelerde yer almalıdır
- Toplu taşıma ve otopark erişimi kolay olmalıdır
- Hedef kitleye yakın, merkezi ve bilinir lokasyonlarda bulunmalıdır
- Minimum 50 m², ideal olarak 100-150 m² ve üzeri kullanım alanına sahip olmalıdır
- Farklı konseptler için tüm metrekare büyüklükleri tarafımızca değerlendirilir
- Atölye alanı, karşılama alanı ve bekleme alanı oluşturulmasına uygun plan yapısı bulunmalıdır
- Kolonsuz veya minimum kolonlu, verimli yerleşime uygun bir mimari tercih edilir
- Bölgenin sosyo-ekonomik yapısı Cedgo konsepti ile uyumlu olmalıdır

Sistemimiz Hakkında / Own Comments on System :

Yatırımınızla Cedgo Çocuk Atölyesi'nin ortaklığı yapı iş modelinin bir parçası olabilirsiniz. Cedgo'nun iş ortağına sağladığı en iyi fayda özgürlüktür. Bir iş yerine, bir markaya yatırım yaptığınızda sizi oraya kilitlemeyen, yönetimi kolay bir çalışma modeli, en faydalı iş modelidir. Sadece telefonla dünyanın her yerinden yönetebildiğiniz fiziksel bir iş modeli. Esnaf modelinden direkt girişimci modeline geçişin en doğru ve itibarlı adresi Cedgo'da olmak. Ülkenin geleceğinde söz sahibi olacak tüm minikler sizin alanınızdan geçiyor. Düşünebiliyor musunuz? Belki de geleceğin cumhurbaşkanları, bakanları, ülkeye yön verecek büyük insanlar bizim alanlarımızda... Hani iş dünyasında bir tanım vardır; "Tertemiz İş" diye... İşte Cedgo, her yönüyle tertemiz bir iş. Kazanç anlamında gider kalemlerinin oldukça az olması, yatırılan tutarın kısa vadelerde geri kazanılmasını sağlıyor. Sadece 5 ayda yatırdığı parayı kazanan şubelerimizin sayısı bir hayli fazla. Sektörde ilk defa Cedgo'nun uyguladığı Yönerge İş Takip Sistemi ile operasyonun neredeyse %95'ini Cedgo Genel Merkez hallediyor. Bu durumda iş ortaklarımıza sadece ay sonunda hesaplarındaki parayı saymak kalıyor.



ADRES / ADDRESS

Maslak Mah. AOS 55. Sok. 42 Maslak B Blok
No:4 İç Kapı No: 542 Sarıyer - İstanbul

Tel : +90 850 304 7779

E-Mail : destek@cedgo.net

Web : www.cedgo.net

YETKİLİ FİRMA / AUTHORIZED FRANCHISOR FOR TÜRKİYE

**AJANS MİKROFON TANITIM
YAPIM ORG. EĞLENCE DAN.
VE İNTERNET HİZ.**

YETKİLİ KİŞİ / CONTACT PERSON

GÖNÜL TAŞ



ADRES / ADDRESS

Şehit Kansu Küçükates Mah. Alasirt Sok. No:3/A
Kadirli - Osmaniye

Tel : +90 549 837 31 25

E-Mail : bilgi@bfit.com.tr

Web : www.bfit.com.tr

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

**BFİT SAĞLIK VE
SPOR YATIRIM VE TİC. A.Ş.**

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON
BURCU TOPAL**

B-FIT

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Spor ve sağlık
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2005
Year Company Founded : 2005

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2006
Start of Franchising in Türkiye : 2006

Franchisee Adedi : 50
Number of Franchised Stores : 50

Franchise Hedefi : 2026: 20 yeni merkez
Targeted Franchise Stores :

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 750.000 TL. + KDV

Ortalama İşletme Sermayesi :
Required Start-up Capital :
2-5 milyon TL (Yatırımın büyüklüğüne göre değişkenlik gösterir)

Reklam Payı Katılımı : Alınmamaktadır.
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : 27.500 TL. + KDV
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Tüm Türkiye
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : Ortadoğu ülkeleri
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :
Merkez sahiplerimizin spor eğitimi veya tecrübesi olması gerekmiyor. Koşulsuz güler yüzlü, çözüm odaklı ve pozitif yaklaşımı olan, insanlarla vakit geçirmeyi seven, çalışkan ve zorluklar karşısında kaçmayı değil hayatın içinde yer almayı seçmiş kişiler bfit franchise'ı olabilir.

Aranacak İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
bfit merkezi minimum alan 120 m² olmalıdır, bu alanın 40 m²'si spor bölümü için ayrılmalıdır. 1 soyunma odası, 2 duş ve 1 tuvalet bulunmalıdır. Ufak bir kafe bölümü olmalıdır, hane sayısının yüksek olduğu bir lokasyonda yer almalıdır. Tüm bu süreç franchise satış ve operasyon ekipleri tarafından desteklenir.

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :
bfit, 2006 yılından bu yana kadın girişimciliğini desteklemek ve istihdam yaratmak için hizmet vermektedir. Türkiye'nin kadınlar için spor hizmeti veren ilk zincir markasıdır. Kadınların ekonomik ve sosyal gücünü artırmayı hedefler. Her yaş ve gelir seviyesinden kadına spor imkânı sağlar. Kadınların ekonomik gücünü artırmayı hedefler. Sosyal etkinlikleri ve projeleri destekler. %100 kadın kuruluşudur. %100 Türk markasıdır. 450'den fazla kadın girişimci kazandırdı. 21 yılda 450'den fazla merkez açıldı. 1 milyondan fazla kadın üye oldu. 5 binden fazla istihdam yarattı.

Kendi Başarı Hikayenizi
Türkiye'nin En Büyük
Spor Franchise Markası

bfit ile Yazın!



Türkiye'nin ilk ve en köklü kadın spor franchise markası olan bfit, 21 yıllık deneyimi, 450'den fazla kadın girişimcisi ve 1 milyonu aşkın üyesiyle sizi %100 yerli bir başarının parçası olmaya davet ediyor.

Üstelik bu profesyonel dünyanın kapılarını aralamak için spor akademisi mezunu olmanız gerekmiyor; sporu bir yaşam biçimi olarak benimsemiş ve girişimci ruhu taşıyan her kadın, bfit'in sunduğu güvenli çatı altında kendi işinin sahibi olabiliyor.

21 YIL

SEKTÖR DENEYİMİ

450+

KADIN GİRİŞİMCİ

1M+

ÜYE



Sıfırdan Zirveye Tam Destek:

Satış, pazarlama ve işletmecilik konularını kapsayan 5 günlük uygulamalı eğitimlerimizle hem sizi hem de antrenörlerinizi bfit standartlarına hazırlıyoruz.



Çeşitlendirilmiş Gelir Modelleri:

bfit Yaşam Merkezi veya bfit Studio konseptleriyle; 30 dakikalık istasyon sisteminin yanı sıra Reformer Pilates, Yoga, Zumba, EMS ve diyetisyen hizmetleriyle kazancınızı maksimize edin.



Kapsamlı Uzmanlık Eğitimi:

Profesyonel lokasyon analizinden 3D iç mimari tasarıma, tabela giydirmeden operasyonel süreçlere kadar işletmenizin her detayında uzman ekibimizle yanınızdayız.



Sürdürülebilir Başarı ve Pazarlama:

Açılış dönemi sosyal medya reklam yönetiminden 2 ayda bir düzenlenen ulusal kampanyalara, ciro takibinden alan korumasına kadar her adımda genel merkez desteğini hissedin.



Teknolojik ve Kurumsal Güç:

Üye giriş-çıkışından ölçüm değerlerine kadar her şeyi takip edebileceğiniz özel yazılım desteği, kurumsal anlaşmalar ve sürekliliği güncellenen hazır görsel tasarımlarla işinizi kolaylaştırıyoruz.



Ödüllü ve Sosyal Bir Hareket:

Sabancı Vakfı ve Garanti Bankası gibi devletlerden aldığımız girişimcilik ödülleri ve yürüttüğümüz güçlü sosyal sorumluluk projeleriyle, sadece bir spor salonu değil, bir prestij odağı olun.

Siz de kendi işinizi kurmak ve güçlü bfit franchise ailesinin bir parçası olmak isterseniz bize 0530 498 78 26 numaralı telefondan ya da zeynepbatiyel@bfit.com.tr mail adresinden ulaşabilirsiniz.

bfit[®]



ADRES / ADDRESS

Beşyol Mah. Cami Sok.
No:13 Küçükçekmece – İstanbul

Tel : +90 533 778 51 38
+90 444 5 245

E-Mail : info@bilokullari.com.tr
info@bilkurs.com.tr

Web : www.bilokullari.com.tr
www.bilkurs.com.tr

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

**İSTANBUL BİL EĞİTİM
KURUMLARI TİC. A.Ş.**

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON**

ŞÜKRÜ NURÇİN

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Eğitim / Franchise
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 1994
Year Company Founded : 1994

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 1999
Start of Franchising in Türkiye : 1999

Franchisee Adedi : 33 Kolej - 37 Özel Öğretim Kursu
Number of Franchised Stores :

Franchise Hedefi : 2026: 50 Kolej -60 ÖZEL Öğretim Kursu
Targeted Franchise Stores :

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : Okul başı giriş bedeli 1 milyon TL.

Ortalama İşletme Sermayesi :
Required Start-up Capital :
Okul açılışı için ortalama 600 bin \$ yatırım tutarı olması gerekir.

Reklam Payı Katılımı :
Advertising Contribution :
Bölgesel ve ulusal reklam kampanyaları
için yatırımcılardan alınacak pay.

Sürekli Franchise Ödemesi :
Ongoing Royalty Fee :
Eğitim dönemleri boyunca ciro üzerinden alınacak yüzdelik pay %6

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Türkiye - Tüm Bölgeler
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : Kıbrıs, Azerbaycan, İngiltere, Kanada
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :
*Eğitimci *Vizyon Sahibi *Marka Temsil yeteneği

Aranılan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
*Kolej - 5 Bin m² kapalı (ortalama) 1.500 m² Bahçe (ortalama)
*Özel Öğretim Kursu - Merkezi konum özel Öğretim Kursu olarak açılış onayı olması - En az 10 derslik

Sisteminiz Hakkında :
Own Comments on System :
Okul kültürüyle; okul iklimindeki tüm bireylerin önemli olduğu katılımçı, şeffaf ve iş birlikçi yaklaşımı önemseyen Akademik İlerleme Takip Sistemi ile; skoru değil öğrenmeyi ve kişinin potansiyelini ön planda tutan BİL TALKS ile; tüm öğrencilerinde "güçlü bir başarı hikayesine sahibim" farkındalığı oluşturan BİL Learn Eğitim Platformu ile; eğitimi hiper kişiselleştirilmiş, organik, kendi hızında ve 7/24 uygulayan ilham veren öğretmenleriyle öğrenme niteliğimizi bilim ve sanat gücüyle dönüştüren İnovasyonun var olan her şeyin yeni kombinasyonu olduğunu bilerek vizyonu, aktif katılım ve süreklilik azmiyle 30 yılın üzerinde eğitime liderlik yapan Dünya İnovasyon Okulu olarak sistemimizi kurguluyoruz.

KAZANMAK İÇİN BİL YETER

BİL EĞİTİM KURUMLARI



BİL KOLEJİ
Dünya İnovasyon Okulu



BİL KURS
Kazanmak için BİL Yeter

☎ 0533 778 51 38



www.bilokullari.com.tr
www.bilkurs.com.tr



BLC EĞİTİM KURUMLARI & BRITISH LANGUAGE CENTER



ADRES / ADDRESS

Yeni Mah. Orhangazi Cad. No:47
Hendek -Sakarya

Tel : +90 505 974 54 54

E-Mail : franchise@blckursmerkezi.com

Web : www.blckursmerkezi.com

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

**BLC EĞİTİM DANIŞMANLIK VE
YAYINCILIK LTD. ŞTİ.**

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON
ADILCAN BALCIOĞLU**

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı :
Product-Service Type :

Yabancı dil eğitimi, LGS - TYT/AYT hazırlık programları, KPSS hazırlık, okul öncesi eğitim, Özel Okul, bireysel gelişim ve akademik destek programları

Kuruluş Yılı : 2024
Year Company Founded : 2024

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2025
Start of Franchising in Türkiye : 2025

Franchisee Adedi : 12
Number of Franchised Stores : 12

Franchise Hedefi : 2026:25+
Targeted Franchise Stores : 2026:25+

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee :
İlk 10 şube için muafiyet/ 10 Şube sonrası Standart 250.000 TL.

Ortalama İşletme Sermayesi : 750.000 - 1.500.000 TL.
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı :
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : 12.500 TL
Ongoing Royalty Fee : 12.500 TL

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Türkiye geneli
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :
2027 Avrupa ve Orta Doğu

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :
Eğitim vizyonu, iletişim becerisi, kurumsal uyum, yatırım yeterliliği

Aranacak İş Yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
Minimum 200 m² merkezi lokasyon, ulaşım kolaylığı, öğrenci potansiyeli yüksek bölge

Sistemimiz Hakkında :
Own Comments on System :

BLC Eğitim Kurumları güçlü akademik modeli ve yatırımcı dostu franchise yapısıyla 4 ayda 8 şubeye ulaşarak hızlı büyüyen bir eğitim markasıdır. Operasyonel ve akademik tam destek sunar. Yalnız değilsin, yanında BLC var

SAKARYA • İSTANBUL • İZMİR • KOCAELİ • ANKARA • KIRŞEHİR • DÜZCE • ARTVİN

TÜRKİYE'NİN YENİ NESİL EĞİTİM MARKASI

BLC İLE ŞUBENİZİ AÇIN

TÜRKİYE'DE BÜYÜYEN MARKANIN PARÇASI OLUN!

5 AYDA
14 ŞUBE

81 AYDA
81 ŞUBE HEDEFİ

GÜÇLÜ ALTYAPI
SÜREKLİ DESTEK



MARKASINI BLC'YE TAŞIYANLARA

GİRİŞ BEDELİ YOK!

SADECE İLK 10 ŞUBE İÇİN GEÇERLİ

81 AYDA 81 ŞUBE
Türkiye Genelinde Büyüyoruz!

 HEMEN BİLGİ ALIN

 0505 974 54 54
 blckursmerkezi.com

 UKHOME
SCHOOL

BEDAF
BRITISH EDUCATIONAL AFFAIRS

online
TESOL

EMPA GAYRİMENKUL



ADRES / ADDRESS

Gençlik Cad. 89/1 Anıttepe-Çankaya - Ankara

Tel : +90 312 231 06 28

E-Mail : ataavmyonetim@hotmail.com

Web : www.empagayrimenkul.com.tr

YETKİLİ FİRMA / AUTHORIZED FRANCHISOR FOR TÜRKİYE

**EMPA GAYRİMENKUL
PAZARLAMA A.Ş.**

YETKİLİ KİŞİ / CONTACT PERSON

HÜSNÜ DÖĞER

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Gayrimenkul
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2000
Year Company Founded : 2000

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2001
Start of Franchising in Türkiye : 2001

Franchisee Adedi : 32
Number of Franchised Stores : 32

Franchise Hedefi : 2026: 6
Targeted Franchise Stores : 2026: 6

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 80.000 TL. + KDV

Ortalama İşletme Sermayesi : 1.000.000 TL.
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı :
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : Aylık Kdv dahil 1.000 TL
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input checked="" type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Trakya, Marmara, Karadeniz, Doğu Anadolu
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :
4 yıllık üniversite veya Emlak ve Tapu Kadastro Meslek Yüksekokulu mezunu, girişimci vizyona sahip, prezentabl ve bu işi meslek olarak benimseyecek adaylar aranmaktadır.

Aranılan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

Ana cadde üzerinde, ön cephe, giriş veya 1. katta yer alan; mutfak ve WC bulunan, en az iki bağımsız bölüme sahip iş yeri.

Sistemizin Hakkında :

Own Comments on System :

Emlakta Doğru Adres' sloganıyla hareket eden firmamız; gelişen dünya konseptiyle uyum içinde ilerleyen, kariyer odaklı, çağdaş ve modern tekniklerle yönetilen bir anlayışa sahiptir. İşletmelerimizin sistematik bir şekilde çalışmasını sağlayarak daha yüksek kazanç ve gelir elde edilmesine katkı sağlamaktayız.

Kalitemizi sürdürebilmek adına; ilkelerimizden, yeteneğimizden, kültürümüzden, eğitim anlayışımızdan ve ahlaki değerlerimizden ödün vermemeyi temel prensip olarak benimsemekteyiz. Kalitenin tüm temsilcilerimiz ve çalışanlarımız tarafından bir yaşam biçimi olarak benimsenmesini hedefliyoruz.

Ayrıca çalışmalarımızı, yürürlükteki yasa ve 'Taşınmaz Ticareti Hakkındaki Yönetmelik' esaslarına uygun şekilde sürdürmekteyiz.

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı :
Product-Service Type :
Gayrimenkul Yatırım ve Danışmanlık Hizmetleri

Kuruluş Yılı : 2017
Year Company Founded : 2017

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2017
Start of Franchising in Türkiye : 2017

Franchisee Adedi : 90
Number of Franchised Stores : 90

Franchise Hedefi : 2025: 150
Targeted Franchise Stores : 2025: 150

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee :
350.000 TL + KDV (Bölgelere göre değişiklik gösterebilir)

Ortalama İşletme Sermayesi : 900.000 TL
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : Alınmamaktadır.
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : 16.250 TL + KDV
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Türkiye geneli ve Almanya, Belçika ve İngiltere
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :
Hollanda, Almanya, Belçika ve İngiltere

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :
Yetki Belgesi Başvuru Kriterleri (Haziran 2018 Yönetmeliği)
• Sertifikasyon: MYK Seviye 5 Belgesi + 100 Saatlik Mesleki Eğitim.
• Resmi Kayıt: Güncel Vergi ve Oda Kaydı.
• Öğrenim & Staj: * Üniversite Mezunları: 6 ay staj.
• İlköğretim Mezunları: 12 ay staj.
• Muafiyet: Emlak yönetimi mezunları eğitim ve stajdan muafıdır.

Aranacak İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
Min. 65 m² Ofis, giriş katı veya 1. kat

Sisteminiz Hakkında / Own Comments on System :

EPA: %100 Yerli, Sürdürülebilir ve Adaletli Kazanç Sistemi

- EPA, düşük maliyet ve yüksek kazanç odaklı yapıyla gayrimenkul sektöründe yeni nesil bir iş ortaklığı modeli sunar.
- Mali Avantajlar: Cirodan pay alınmaz; CRM, teknoloji katılım veya ofis açılış paketi için ek ücret ödenmez.
- Adaletli Paylaşım: Danışman odaklı, sürdürülebilir ve gerçekçi bir başarı ödüllendirme sistemi.
- Tam Destek: Franchise kurulum sürecinde sektörel danışmanlık; hukuk, mali müşavirlik ve eğitim desteği.
- Güvence: Korunmalı bölge avantajı ve güncel yasal düzenlemelere tam uyum altyapısı.
- Erişilebilirlik: Minimum katılım payı ile maksimum paylaşım ve dayanışma kültürü.
- Özetle: Kendi işinizin sahibi olurken, EPA ailesinin gücüyle asla yalnız kalmaz, sadece kendi kazancınız için çalışırsınız.



ADRES / ADDRESS

Güvenevler Mah. Farabi Sok. 32/11
Çankaya - Ankara

Tel : +90 312 447 4 447

E-Mail : info@epaemlak.com.tr

Web : www.epaemlak.com.tr

YETKİLİ FİRMA / AUTHORIZED FRANCHISOR FOR TÜRKİYE

**EPA EMLAK PAZ.GAYRİ.
YATIRIM VE DAN. HİZ. A.Ş.**

YETKİLİ Kişi / CONTACT PERSON

BURCU KETREZ

ENDLESS ABROAD



ADRES / ADDRESS

Fulya Mah. Büyükdere Cad. Torun Center,
No:74/D, Kat:3 Ofis:10 34394 Şişli - İstanbul

Tel : +90 212 949 03 33

E-Mail : info@endlessabroad.com.tr

Web : www.endlessabroad.com.tr

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

**ENDLESS GRUP EĞİTİM BİLİŞİM
VE FUARCILIK A.Ş.**

YETKİLİ KİŞİ /

CONTACT PERSON

GÖKMEN ÖZDEMİR / CEO

FIRAT İNCESU

PROJE MÜDÜRÜ

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı :
Product-Service Type :

Yurt Dışı eğitim danışmanlığı, dil okulları, yaz okulları, lise ve üniversite yerleştirme, sertifika ve diploma programları, staj programları.

Kuruluş Yılı : 2006
Year Company Founded : 2006

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2008
Start of Franchising in Türkiye : 2008

Franchisee Adedi :
Number of Franchised Stores :
Yurt İçi 33 şube - yurt dışı 3 Şubemiz bulunmaktadır .

Franchise Hedefi : 40+
Targeted Franchise Stores : 40+

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee :
45.000 \$ İstanbul - İzmir - Ankara / Diğer şehirler için 25.000 \$

Ortalama İşletme Sermayesi : 10.000 \$
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : Aylık 7.500 TL
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : Alınmamaktadır.
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :
Target Franchise Area :
Türkiye genelinde tüm büyük şehirler ve yurt dışında Avrupa, Orta Doğu ve İngiltere

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :
2026 yılına kadar Avrupa 'daki franchise ağını genişletmek.

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :
* Eğitim ve danışmanlık sektörüne ilgi duyan, * Müşteri memnuniyetine önem veren, * Girişimci bir ruh ve liderlik yetkinliklerine sahip,
* Şirket değerlerini benimseyen kişiler.

Aranacak İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
* Merkezi lokasyonda, * Minimum 100 m² kullanım alanına sahip,
* Kolay erişim sağlayan bir ofis veya mağaza alanı.

Sisteminiz Hakkında :
Own Comments on System :
Endless Abroad, 20 yıllık sektör deneyimiyle yurt dışı eğitim danışmanlığında Türkiye'nin öncüsü konumundadır. Franchise sistemimiz; eğitim, pazarlama, teknoloji ve operasyonel destek unsurlarıyla, girişimciler için güçlü bir iş modeli sunmaktadır. Yatırımcılarımız; Endigital, Endless Fairs, Endaca gibi yenilikçi teknolojilerden ve global iş ortaklıklarından faydalanarak bölgesel bir lider haline gelebilir.



Endless Abroad ile Eğitimin Geleceğine Yatırım Yapın!

Güçlü bir eğitim markasıyla iş birliği yaparak kariyerinizi yükseltin. Franchise fırsatları için bizimle hemen iletişime geçin!



HEMEN ARAYIN

444 3 660

info@endlessabroad.com.tr
endlessabroad.com.tr/franchising



FRANCHISE & MORE DANIŞMANLIK



ADRES / ADDRESS

Fahrettin Kerim Gökay Cad.
No:60/14 Kadıköy - İstanbul

Tel : +90 216 580 88 28
+90 543 580 88 28

E-Mail : post@franchisemore.com

Web : www.franchisemore.com
www.devirsepeti.com
www.franchise.com.tr

YETKİLİ FİRMA / AUTHORIZED FRANCHISOR FOR TÜRKİYE

FRANCHISE & MORE

YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON
OSMAN FAİK BİLGE

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Franchise kurma, satma, devretme
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 1996
Year Company Founded : 1996

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2006
Start of Franchising in Türkiye : 2006

Franchisee Adedi : 8
Number of Franchised Stores : 8

Franchise Hedefi : 2026:10
Targeted Franchise Stores : 2026:10

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : Alınmamaktadır.

Ortalama İşletme Sermayesi : Kendi ofisini kuracak
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : %5
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi :
Ongoing Royalty Fee :
Franchise ödemesi yok, hizmet geliri paylaşıyor

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Türkiye'de franchise zincirlerin yayıldığı illerde
Target Franchise Area : Anywhere franchise chains are opening stores

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : Avrupa, Orta Doğu, Orta Asya
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :
Girişimcileri tanıyan, küçük işletmelerin sorunlarını bilen, satış becerisi ve temsil niteliği olan kişiler F&M franchise temsilcisi olabilirler.
Emlak işinde deneyimli, girişimci yatırımcılarla temasta, ofis düzeni olan kişiler Devirsepeti hazır iş devir uzmanı olabilirler.

Aranan İş Yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
Temsilcilerin kendi ofisi olur, sistem internet üzerinden yönetilir

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :

Franchise Uzmanı olarak franchise alanlara satış, devir ve koçluk yapar, franchise verenlere sistem kurar, franchise satarsınız. Hazır İş Devir Uzmanı olarak Devirsepeti portföyünü kullanır, devredenleri bulur, hazır iş arayanlara satarsınız.

Ülke Orijini : Amerika Birleşik Devletleri
Country Origin : U.S.A.

Ürün - Hizmet Kapsamı : Otomobil Hızlı Bakım Servisi
Product-Service Type : Quick Car Maintenance Service

Kuruluş Yılı : 2019
Year Company Founded : 2019

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2023
Start of Franchising in Türkiye : 2023

Franchisee Adedi : 1
Number of Franchised Stores : 1

Franchise Hedefi : 2026: 3
Targeted Franchise Stores : 2026: 3

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : Yok

Ortalama İşletme Sermayesi : 150.000 Euro
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı :
%3 / Aylık Gelir (KDV Hariç Tutar üstünden hesaplanır)
Advertising Contribution :
% 3 / Monthly Revenue (Calculated on VAT Excluded Amount)

Sürekli Franchise Ödemesi :
%5 / Aylık ciro Primi üzerinden (KDV Hariç Tutar üstünden hesaplanır)
Ongoing Royalty Fee :
5% / Monthly Turnover Premium (Calculated on VAT Excluded Amount)

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

(x) Eğitim	Training
(x) El Kitabı	Handbooks
(x) Yer Seçimi	Site Selection
(x) Bölge Koruması	Area Protection
(x) Proje	Planing - Design
(x) Ortak Reklam	Shared Advertising
(x) Mal Temini	Product Supply
(x) Pazarlama	Marketing Materials
(x) Finansman	Financing
(x) Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Tüm Türkiye
Target Franchise Area : Whole Türkiye

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : Yok
Overseas Expansion Goals : None

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler : Daha önce sistematik bir işletme ve çalışma ortamlarında bulunmuş işletmeci ve Girişimci kişiler.
Required Franchisee Profile : Business and Entrepreneurial people who have previously been in a systematic business and working environment.

Aranacak İş yeri Özellikleri: Minimum 250 m² kapalı alan, Yaşam Alanları içerisinde, Ana Cadde Üzerinden, Araç Girişine Sahip, 3,5 Metre Tavan Yüksekliği olmalı. Kendine en yakın Midas Şubesi araç ile 15 dk mesafede olmalı.

Site Selection Criteria : Minimum 250 m² closed area, within the Living Areas, on Main Street, with Vehicle Entrance, 3.5 Metre Ceiling Height. The nearest Midas Branch should be 15 minutes away by car.

Sisteminiz Hakkında : Dünyada kullanılan en gelişmiş ve sürekli güncellenen Araç Data veri tabanına sahip E-Midas sistemini Franchise adaylarımızın kullanımına sunuyoruz.

Own Comments on System : We offer the E-Midas system with the most advanced and continuously updated Vehicle Data database used in the world for the use of our Franchise



ADRES / ADDRESS

Ayazağa Mah. Hadımkoruyolu Cad.
No:3 34396 Sarıyer - İstanbul

Tel : +90 212 444 0 547

E-Mail : info@midas.tc

Web : www.midas.tc

YETKİLİ FİRMA / AUTHORIZED FRANCHISOR FOR TÜRKİYE

**OTS TEKNİK SERVİS
DANIŞMANLIK VE
YATIRIM A.Ş.**

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON
SALİM SOYLUK**

KRİSTAL TÜRKİYE



ADRES / ADDRESS

Tarabya Mah. Böğürtlen Sok. No:21
Tarabya / Sarıyer - İstanbul

Tel : +90 444 50 88

E-Mail : info@krturkiye.com

Web : www.krturkiye.com

YETKİLİ FİRMA / AUTHORIZED FRANCHISOR FOR TÜRKİYE

KR GRUP

YETKİLİ KİŞİ / CONTACT PERSON

DENİZ POLAT

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Gayrimenkul Franchise
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2010
Year Company Founded : 2010

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2019
Start of Franchising in Türkiye : 2019

Franchisee Adedi : 3 Ülke 17 Şehir 62 Ofis
Number of Franchised Stores : 3 Ülke 17 Şehir 62 Ofis

Franchise Hedefi / Targeted Franchise Stores :
2026: Nitelikli olarak büyümek Tüm şehirlerde en az bir Franchise ofis ile toplamda 100 ofislik bir master Franchise markası olmak.

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee :
250.000 TL. - 350.000 TL. - 450.000 TL.

Ortalama İşletme Sermayesi :
Required Start-up Capital :
iki üç milyon Türk lirası ile başlanabilir.

Reklam Payı Katılımı : Alınmamaktadır.
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi :
Ongoing Royalty Fee :
Sabit Royalty %5 Teknoloji Bedeli 6.000. TL

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Tüm Türkiye
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : Var
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :
Girişimciler

Aranacak İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
120-150 m², Tabela değeri yüksek merkezi konumda olmak.

Sistemimiz Hakkında :

Own Comments on System :

Kristal Türkiye, yerli sermayenin gücünü global standartlarda gayrimenkul danışmanlığı ile birleştiren, inovasyon odaklı bir Franchise ekosistemidir. 2010 yılından bu yana edindiğimiz sektörel tecrübeyi, 2019 itibarıyla Franchise modelimize aktararak Türkiye genelinde nitelikli bir büyüme ivmesi yakaladık. Gelişmiş CRM entegrasyonumuz ve portallarla %100 uyumlu teknolojik altyapımız sayesinde, broker ve danışmanlarımıza uçtan uca dijital bir iş akışı sunuyoruz. Sektörün profesyonelleşmesine öncülük ediyor; yeni girişimciler için 90 günlük oryantasyon süreçlerinden, deneyimli profesyoneller için hızlandırılmış kamp programlarına kadar geniş bir eğitim yelpazesi sağlıyoruz. Sadece ilan listelemeye dayalı pasif modellerin aksine; "Kr Ring", "Etkili paylaşım" ve sosyal satış becerileriyle desteklenmiş proaktif pazarlama stratejilerini benimsiyoruz. Makul giriş bedelleri ve sürdürülebilir Royalty oranlarıyla, nitelikli girişimcilerin kendi bölgelerinde pazar lideri olmalarını destekliyoruz. 2026 hedefimiz; tüm şehirlerde en az bir Franchise ofisimizle toplam 100 ofislik bir ağa ulaşarak, Türkiye'nin en güvenilir ve teknolojik "Master Franchise" markası konumumuzu pekiştirmektir.



**Büyüme Sadece Bir Başlangıç,
Önemli Olan Sistemle Sürdürülebilir Olmak**

**Kristal Türkiye ile Gayrimenkulde "Sistem Olgunluğu"
Dönemi Başlıyor.**

Gayrimenkulde gerçek liderlik, en hızlı büyümek değil; en sağlam büyümektir. Kristal Türkiye; Eğitim ve Liderlik, Performans ve Ölçüm ile Marka ve Güven üzerine kurulu üç kritik sistemle ofislerini geleceğe taşır. Biz sadece Franchise vermiyoruz; şube sayısı artarken standardın asla düşmediği, veriyle yönetilen bir işletme kültürü kuruyoruz.

MONKEY JUNGLE



ADRES / ADDRESS

Yölören Mah.Çanakkale Blv.110
Edremit - Balıkesir

Tel : +90 501 353 50 07

E-Mail : info@monkeyjungle.com.tr

Web : www.monkeyjungle.com.tr

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

**AREN EĞLENCE SAN.
TİC. LTD. ŞTİ.**

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON**
ÖMER FARUK ÜNLÜ

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı :
Product-Service Type :
Çocuk Eğlence Alanları ve Etkinlikleri

Kuruluş Yılı : 2015
Year Company Founded : 2015

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2016
Start of Franchising in Türkiye : 2016

Franchisee Adedi : 13
Number of Franchised Stores : 13

Franchise Hedefi : 2026: 20
Targeted Franchise Stores : 2026: 20

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 2.000.000 TL - 10.000.000 TL

Ortalama İşletme Sermayesi : 2.000.000 TL'den başlar.
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : Alınmamaktadır.
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi :
Ongoing Royalty Fee :
Sadece oyun alanı cirosundan %4
(Kafe ve etkinliklerden royalty alınmaz.)

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

(x) Eğitim	Training
(x) El Kitabı	Handbooks
(x) Yer Seçimi	Site Selection
(x) Bölge Koruması	Area Protection
(x) Proje	Planing - Design
(x) Ortak Reklam	Shared Advertising
(x) Mal Temini	Product Supply
(x) Pazarlama	Marketing Materials
(x) Finansman	Financing
(x) Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :

Target Franchise Area :
Tüm Türkiye, Tüm AB Ülkeleri, Balkanlar, Orta Doğu Ülkeleri, Orta Asya Ülkeleri, Kuzey Afrika Ülkeleri

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : Var
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :

Aranılan İş Yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

Monkey Jungle standartlarına sahip bir işletmenin minimum 100/200 m² oyun alanı , 50/100 m² kafe ve doğum günü alanlarının olması gerekmektedir.

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :

Monkey Jungle, 2015 yılından bu yana çocuk eğlence sektöründe faaliyet gösteren ve AVM ile cadde konseptlerine uyarlanmış franchise modelini sahada geliştirip başarıyla uygulayan öncü markadır. On bir yılı aşkın deneyimi boyunca oluşturduğu operasyon sistemi; aile beklentilerini, çocukların oyun davranışlarını ve yatırımcının işletme gerçeklerini dikkate alarak adım adım şekillenmiştir. Oyun alanı, doğum günü organizasyonları ve kafe operasyonlarını tek bir sistem içinde entegre eden model; işletmelere yalnızca bir eğlence alanı değil, çoklu gelir üreten sürdürülebilir bir işletme yapısı sunar. Türkiye'nin farklı şehirlerinde hem AVM içinde hem de cadde lokasyonlarında sahada test edilerek geliştirilen bu model, bugün farklı lokasyonlarda aynı disiplinle uygulanabilecek olgunluğa ulaşmıştır. Bu yapı, AVM ve cadde konseptlerinde aynı başarıyla uygulanabilen işletme modeliyle çocuk eğlence sektöründe esnek ve ölçeklenebilir bir franchise sistemi sunar. On bir yılı aşkın operasyon deneyimi boyunca elde edilen veriler, sistemin farklı şehirlerde ve farklı lokasyon tiplerinde sürdürülebilir şekilde uygulanabileceğini ortaya koymuştur. Sistem, elde edilen operasyon verileri doğrultusunda sürekli geliştirilmekte ve değişen sektör koşullarına göre kendini güncelleyebilen esnek bir yapıya sahiptir.

DOĞRU SEKTÖR
KĀRLI İŞ MODELİ

OYUN PARKI · KAFE · ETKİNLİK



EĞLENMEK HER ÇOCUĞUN HAKKI

Franchise Başvuru



+90 501 353 50 07

www.monkeyjungle.com.tr

NOVA GOLDEN FRANCHISE



ADRES / ADDRESS

Kuştepe Mah. Mecidiyeköy Yolu Cad. Trump
Towers No:12/1801 Şişli - İstanbul

Tel : +90 850 811 52 82

E-Mail : mg@novagoldenfranchise.com

Web : www.novagoldenfranchise.com

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

**NOVA GROUP GLOBAL
GAYRİMENKUL A.Ş.**

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON
MÜJDAT GÜLER**

Ülke Orijini :

Country Origin :

Ürün - Hizmet Kapsamı : Danışmanlık

Product-Service Type :

Kuruluş Yılı :

Year Company Founded :

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 1990 / Amerika

Start of Franchising in Türkiye : 1990 / U.S.A.

Franchisee Adedi : Göçmenlik ile Franchise Yatırımı

Number of Franchised Stores :

Franchise Hedefi : 2026: 150 Türkiye / 100 Almanya / 100 Amerika

Targeted Franchise Stores :

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee :

150.000 € Almanya / 150.000 \$ Amerika

Ortalama İşletme Sermayesi : 200.000 €

Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı :

Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : 1.000 \$ - 10.000 \$

Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input checked="" type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :

Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :

Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :

Aranılan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :

www.novagoldenfranchise.com

Ülke Orijini : Amerika Birleşik Devletleri
Country Origin : U.S.A

Ürün - Hizmet Kapsamı : Emlak - Gayrimenkul
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : Amerika 1973 / Türkiye 1997
Year Company Founded :

Franchise Vermeye Başlama Yılı : Amerika 1975 / Türkiye 1997
Start of Franchising in Türkiye :

Franchisee Adedi : 9100 ad Global / 320 ad Türkiye
Number of Franchised Stores :

Franchise Hedefi : 2025: 70 yeni Franchise Ofis.
Targeted Franchise Stores :

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee :
1.600.000- 2.500.000 TL + KDV (Ofisin açılacağı bölgeye göre değişiklik göstermektedir)

Ortalama İşletme Sermayesi :
Required Start-up Capital :
3.000.000-4.000.000 TL
(Açılacak ofisin büyüklüğüne göre değişiklik göstermektedir)

Reklam Payı Katılımı : %10
Advertising Contribution : %10

Sürekli Franchise Ödemesi :
Ongoing Royalty Fee :
23.000 TL / 36.000 TL arası

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :
Target Franchise Area :
İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya, Bursa, Adana öncelikli olmak üzere tüm şehirler.

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :
Girişimci ruh, vizyon, ekip yönetim becerisi, finansal yeterlilik, eğitim vb.

Aranılan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
150 m²- 200 m² arası, cadde dükkan, ofis katı, plaza katı, müstakil villa vb.

Sistemimiz Hakkında :
Own Comments on System :
RE/MAX kurulduğu 1973 yılından bugüne kadar, her geçen gün artan bir performans göstererek istikrarlı bir şekilde büyüyen ve bugün 110+ ülkede toplam 9100 ün üzerinde ofis ve 150.000 in üzerinde gayrimenkul danışmanı ile hizmet veren dünyanın en gelişmiş Gayrimenkul Franchise Zinciridir. Türkiye'de ise 1997'den bu yana istikrarlı bir şekilde büyüyen ve günümüzde 320 ofis ve 8000 in üzerinde Gayrimenkul Danışmanı ile hizmet veren Türkiye'nin en büyük ve lider Gayrimenkul Franchise markasıdır.



ADRES / ADDRESS

Kartalkule Esentepe Mah. İnönü Cad. No:147
Kat:16 Kartal - İstanbul PK 34394

Tel : +90 850 888 87 69

E-Mail : franchise@remax.com.tr

Web : www.remax.com.tr

YETKİLİ FİRMA / AUTHORIZED FRANCHISOR FOR TÜRKİYE

**RE/MAX TÜRKİYE (ENRICHERS
GALACTIC FRANCHISING
GİRİŞİMCİLİK FAYDA GELİŞİM
YAZILIM HİZMETLERİ A.Ş.)**

YETKİLİ KİŞİ /

CONTACT PERSON
FUNDA TEKİNER

TURPA



ADRES / ADDRESS

Gazi Mah. Kemal Reis Cad.
No:11 Kat:2 D:201 35410 Gaziemir - İzmir

Tel : +90 530 481 19 88

E-Mail : info@turpa.com.tr

Web : www.turpa.com.tr

YETKİLİ FİRMA / AUTHORIZED FRANCHISOR FOR TÜRKİYE

**TURPA EMLAK VE
OTOMOBİL PAZ. TİC. LTD. ŞTİ.**

YETKİLİ KİŞİ /

CONTACT PERSON

TOLGA & SABRİ TAVAS

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı :
Product-Service Type :

TURPA, yalnızca gayrimenkul hizmeti sunan bir yapı değil; aynı zamanda iş ortaklarına güçlü bir iş modeli sunan bir markadır. Franchise sistemimiz kapsamında eğitimden pazarlamaya, teknolojiden operasyonel desteğe kadar tüm süreçlerde iş ortaklarımızın yanında oluyoruz.

Kuruluş Yılı : 1988
Year Company Founded : 1988

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2019
Start of Franchising in Türkiye : 2019

Franchisee Adedi : 160
Number of Franchised Stores : 160

Franchise Hedefi / Targeted Franchise Stores :

Türkiye'nin dört bir yanında güçlü girişimcilerle 1000 ofislik yaygın ve etkili bir gayrimenkul ağı oluşturmak, yalnızca büyüyen değil sektöre yön veren bir franchise modeli oluşturarak gayrimenkulde güven, eğitim ve sistem denildiğinde akla gelen ilk markalardan biri olmaktır

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 240,000 TL + KDV

Ortalama İşletme Sermayesi : 800,000 TL
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : 100,000 TL
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : 10,000 tl + KDV
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Adana, İstanbul, Balıkesir
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :

Overseas Expansion Goals :

TURPA olarak, Dubai, Almanya ve Hollanda başta olmak üzere uluslararası pazarlarda aktif bir şekilde konumlanarak, global ölçekte büyüyen bir gayrimenkul franchise markası olmayı hedefliyoruz.

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :

Aranılan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :

TURPA sistemi; gayrimenkul sektöründe standartları yükseltmek amacıyla geliştirilmiş, eğitim odaklı ve sonuç üreten bir iş modelidir. Ofislerimize güçlü bir iş ağı, sürekli gelişim imkanı, dijital çözümler sunuyoruz, bu sistem sayesinde franchise ofislerimiz, kurumsal bir yapı içinde daha hızlı büyür, daha fazla işlem yapar ve daha güçlü bir marka değeri oluşturur.

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı :
Product-Service Type :

Alternatif ticaret ve finans sistemi ile şirketleri üye yaparak pazarlama, satış, alış, kredi ve takas organizasyonlarını yürüten şirkettir.

Kuruluş Yılı : 2001
Year Company Founded : 2001

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2021
Start of Franchising in Türkiye : 2021

Franchisee Adedi : 7
Number of Franchised Stores : 7

Franchise Hedefi :
Targeted Franchise Stores :

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : 50.000 \$
Süre: 3 yıl - Teminat: 250.000 \$ karşılığında tl olarak ipotek ve banka teminat mektubu verilmesi

Ortalama İşletme Sermayesi : 500.000 TL
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : Alınmamaktadır.
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : Alınmamaktadır.
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Yurt İçi ve Yurt Dışı
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :
Türk Cumhuriyetleri, Balkan Ülkeleri, Orta Doğu ve Kuzey Afrika, Avrupa

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :
Yatırım kapasitesine sahip pazarlama kabiliyeti çok iyi, belirli bir çevreye ve tecrübeye sahip girişimciler hedef kitlemizdir.

Aranacak İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
En az 90 m², Ofis, teknik alt yapısı, kurumsal kimliği uygulamaya uygun olmalıdır.

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :

Alternatif finans ve ticaret sistemi olan barterde ihtiyaç duyulan mal veya hizmetin, satılan mal veya hizmet karşılığında satın alınmasına barter denir. İlk uygulamaları takas yöntemi olan barter sistemi, Organizatör bir şirket aracılığı ile çoklu takas yöntemini geliştirmiştir. Barter şirketi, firmaları barter sistemini kullanmaya davet ederken satış teklifi ve alım talebi bilgilerini alarak karşılaştırmalar yapar. Barter sisteminin en önemli araçları satış teklifi ve alım talebi bilgileridir. Bu bilgilerle barter ortak pazarından bahsetmek mümkün olabilir. Barter ortak pazarı bir aidiyet duygusu ile hareket edebilen firmaları bir araya getiren barter şirket tarafından oluşturulur. Türk Barter ortak pazarı geniş açılımlı ve dünyada en kapsamlı sektör dağılımına sahip bir pazardır.



ADRES / ADDRESS

Azerbaycan Cad. Huzur Mah. No:4 B Kat:31,
Skyland, 34396 Sarıyer - İstanbul

Tel : +90 212 468 60 00

E-Mail : turkbarter@turkbarter.com

Web : www.turkbarter.com

YETKİLİ FİRMA / AUTHORIZED FRANCHISOR FOR TÜRKİYE

**TÜRK BARTER
INTERNATIONAL A.Ş.**

YETKİLİ Kişi / CONTACT PERSON

İSMAİL ANLI

YAMANLAR OTO EKSPERTİZ



ADRES / ADDRESS

Mehmet Akif Mah. Bahariye Cad.
No:105 Küçükçekmece - İstanbul

Tel : +90 544 840 92 92

E-Mail : info@yamanlarekspertiz.com.tr

Web : www.yamanlarotoekspertiz.com.tr

YETKİLİ FİRMA / AUTHORIZED FRANCHISOR FOR TÜRKİYE

**YAMANLAR
OTO EKSPERTİZ
HİZMETLERİ**

YETKİLİ KİŞİ / CONTACT PERSON

YAVUZHAN KAYGUSUZ

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı :
Product-Service Type :
Otomotiv / Oto Ekspertiz Hizmetleri

Kuruluş Yılı : 2024
Year Company Founded : 2024

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2024
Start of Franchising in Türkiye : 2024

Franchisee Adedi : 145 +
Number of Franchised Stores : 145 +

Franchise Hedefi : 2026 yılı içerisinde 180 franchise noktası
Targeted Franchise Stores : 2026 yılı içerisinde 180 franchise noktası

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee :
3.500.000 TL - 8.000.000 TL

Ortalama İşletme Sermayesi :
Required Start-up Capital :
4.500.000 TL - 9.500.000 TL

Reklam Payı Katılımı : %1
Advertising Contribution : %1

Sürekli Franchise Ödemesi :
Ongoing Royalty Fee :
Yapılan oto ekspertiz işlemi başına %15 + Kdv

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Türkiye / Avrupa
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :
Avrupada 2026 yılı içerisinde Avrupa'da 3 yeni franchise noktası açılması hedeflenmektedir.

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :
Otomotiv sektöründe tecrübe sahibi, girişimci ruhlu, müşteri memnuniyetine önem veren ve markanın kurumsal standartlarını uygulayabilecek yatırımcılar tercih edilmektedir.

Aranılan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
Minimum 150 m² büyüklüğünde,
6,5 metre genişliğinde,3,8 metre tavan yüksekliğine sahip,
araç giriş çıkışına uygun, tabela değeri yüksek ve kolay ulaşılabilir bir lokasyonda olması tercih edilmektedir.

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :
Yamanlar Oto Ekspertiz, ikinci el araç alım satımında güvenilir ve profesyonel oto ekspertiz hizmetleri sunan bir markadır. Gelişmiş ekspertiz cihazları, standartlaştırılmış test süreçleri ve deneyimli teknik ekip ile araçların mekanik, kaporta, motor ve elektronik sistemleri detaylı olarak analiz edilmektedir.

Franchise sistemimiz kapsamında yatırımcılarımıza eğitim, operasyon yönetimi, yer seçimi, proje ve kurulum desteği sağlanmaktadır. Merkezi marka gücü ve reklam çalışmaları ile işletmelerin hızlı şekilde büyümesi hedeflenmektedir. Kurumsal hizmet anlayışı ve müşteri memnuniyeti odaklı yaklaşımıyla Yamanlar Oto Ekspertiz Türkiye genelinde güçlü bir franchise ağı oluşturarak sektörde güvenilir bir oto ekspertiz markası olmayı hedeflemektedir.
Ana faaliyet alanı: Oto Ekspertiz



YAMANLAR

Bağımsız Oto Ekspertiz Ekspertiz

Yamanlara uğra

Riskleri

uğurla

OTO EKSPERTİZ

HİZMETLERİ



TÜRKİYE'NİN LİDER OTO EKSPERTİZ HİZMETİYLE GÜVENDESİNİZ!



**FİZİKİ AİRBAG
KONTROLÜ**



**MOR IŞIK
TEKNOLOJİSİ**



**ELEKTRİKLİ
OTOMOBİL
EKSPERTİZİ**



**MOTOSİKLET
EKSPERTİZİ**



**GECE
EKSPERTİZİ**



**OBD BEYİN
KONTROLÜ**



**MOTOR
MEKANİK
KONTROLÜ**

RADEVU HATTIMIZ

0544 840 92 92

yamanlarotoekspertiz.com.tr

MAĀAZA

STORE



Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı :
Product-Service Type :
Mutfak / Sofra Eşyaları ve Elektrikli Mutfak Gereçleri

Kuruluş Yılı : 1972
Year Company Founded : 1972

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2013
Start of Franchising in Türkiye : 2013

Franchisee Adedi : 40
Number of Franchised Stores : 40

Franchise Hedefi : 2026: 50 (Toplam)
Targeted Franchise Stores : 2026: 50 (Toplam)

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : Alınmamaktadır.

Ortalama İşletme Sermayesi :
Required Start-up Capital :
Dekorasyon Maliyeti ortalama 5.000.000.TL teminat mektubu
8.000.000. TL- 10.000.000.TL

Reklam Payı Katılımı : Alınmamaktadır.
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : Alınmamaktadır.
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input checked="" type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :
Target Franchise Area :
Öncelikli Trabzon, Antalya, Muğla, Denizli, Hatay, Balıkesir, Aydın, Kahramanmaraş, Batman, Mardin, Edirne, Sivas, Tekirdağ, Erzurum, Rize, Düzce

Yurt Dışına Yayılma Hedefi / Overseas Expansion Goals :
Master franchise sistemi ile

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :
İş Yapma Becerisine Sahip: İşinin başında duran, perakende deneyimi olan, ekip yönetmede başarılı, vizyoner, gelişime açık, başarıya tutkusu yüksek bir kişiliğe sahip olmak. Güçlü Finansal Yapı: Teminat verebilecek, mağaza için gerekli mimari dekorasyon yatırımını yapabilecek, mağaza konsepti için gerekli olan ürün gamını tedarik edebilecek, personel maaşlarını, kirasını ve her türlü mağazacılık giderlerini zamanında ve düzenli ödeyebilecek anlayışta olmak. Doğru Lokasyon: Nüfus yoğunluğu, sosyal ve ekonomik verilerin marka ile örtüşmesi, mağaza konumunun iyi olması, mağaza yapısının belirlenen kriterle uygun olması, bulunduğu bölgede yanında yakınında Korkmaz mağazası veya satış noktası olmaması. Doğru Yatırım Maliyeti: Mağaza dekorasyon, kiralama ve personel giderlerinin hedeflenen ciro ile doğru orantılı olması, yapılan fizibilitenin kârlılık üretebilecek öngöründe olması. Marka İlke ve Prensiplerine Bağlılık: Marka mimari, görsel ve hizmet standartlarına uyan, müşteri memnuniyetini ön planda tutan, marka bilinirliği ve güvenilirliğini arttırmaya becerisi olan, satışlarını ve stoklarını düzenli tutan, franchising anlaşmasına sadık kalabilecek nitelikte olmak.

Aranan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
Mağaza m²: Ortalama 150 m² Mağaza Cephe: 8 mt
Mağaza Yükseklik: 3,5 mt

Sisteminiz Hakkında :
Own Comments on System :
www.korkmazstore.com.tr



ADRES / ADDRESS

Emek Mah. Ordu Cad. No:30
Sancaktepe - İstanbul

Tel : +90 533 564 34 17

E-Mail : bulent.gungor@korkmaz.com.tr

Web : www.korkmazstore.com.tr

YETKİLİ FİRMA / AUTHORIZED FRANCHISOR FOR TÜRKİYE

**KORKMAZ MUTFAK
EŞYALARI SAN. VE TİC. A.Ş.**

YETKİLİ Kişi /

CONTACT PERSON

BÜLENT GÜNGÖR

CARREFOURSA



ADRES / ADDRESS

Cevizli Mah. Tugay Yolu Cad. No:67
Blok: B 34846 Maltepe - İstanbul

Tel : +90 444 10 00

E-Mail : bayilik@carrefoursa.com

Web : www.carrefoursaisortagi.com

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

**CARREFOURSA
CARREFOUR SABANCI
TİCARET MERKEZİ A.Ş.**

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON**

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Depo ve Transit Ürün Temini
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 1993
Year Company Founded : 1993

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2020
Start of Franchising in Türkiye : 2020

Franchisee Adedi : 630 +
Number of Franchised Stores : 630 +

Franchise Hedefi : 2026 :+300 mağaza
Targeted Franchise Stores : 2026 :+300 mağaza

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : Bulunmamaktadır.

Ortalama İşletme Sermayesi :
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı :
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi :
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input checked="" type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Tüm illerimizde açılış planlanmaktadır.
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :
Motivasyonu yüksek, ticaret yapmaya engeli olmayan, sürdürülebilir ve kârlı kazan kazan bir işletme açmak isteyen.

Aranılan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

Tercihen ana cadde, düz girişli, yaya trafiğinin yoğun olduğu ve daha büyük m² 'li mağazalar için ücretsiz otopark yeri olan

Sisteminiz Hakkında :
Own Comments on System :
www.carrefoursaisortagi.com

Carrefour  SA

CarrefourSA Bayisi Olmak Çok Doğru Yatırım

Her zaman doğrusunu
müşterileriyle buluşturan CarrefourSA,
şimdi de esnafımızı doğru yatırımlarla buluşturuyor.



Gelişimin bir parçası
olmak isteyen tüm girişimciler,
www.carrefoursaisortagi.com
üzerinde yer alan
CarrefourSA bayilik
başvuru formunu
doldurarak başvurabilir.



SA



ADRES / ADDRESS

Türkeli Cad. Mabeyinci Yokuşu
No:22 Fatih - İstanbul

Tel : +90 212 458 25 25
+90 532 300 86 65

E-Mail : pierrecassi@hotmail.com

Web : www.pierrecassi.com

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

**ORAL TEKS. SAN.
TİC. LTD. ŞTİ**

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON**
SABRİ URAL

PIERRE CASSİ

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Erkek Giyim Koleksiyon (Klasik Spor Giyim)
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 1970
Year Company Founded : 1970

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 1995
Start of Franchising in Türkiye : 1995

Firmaya Ait İşletme Adedi : 3
Company Own Stores : 3

Franchisee Adedi : 106
Number of Franchised Stores : 106

Firmaya Ait İşletme Hedefi : 2026: Global Olarak Büyümek
Targeted Company Stores :

Franchise Hedefi : 2026: 120
Targeted Franchise Stores : 2026: 120

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : Alınmamaktadır.

Ortalama İşletme Sermayesi : Alınmamaktadır.
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : Alınmamaktadır.
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : Alınmamaktadır.
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Dünya Geneli
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : Var
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :
Güler yüzlü olması, ürünler hakkında bilgi sahibi olması iletişim kabiliyeti ve firma ve müşteri çıkarlarını gözetmesi

Aranılan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
Konumu merkezi noktada olması, yoğunluğu olduğu lokasyonlar

Sisteminiz Hakkında :
Own Comments on System :
Bölgesel koruma kapsamında bulunduğu ilde kendisi ile çalışılır.

pierre cassi[®]
men's wear

“MODERN.
ŞEHİRLİ.
KALİTELİ.”

ÜCRETSİZ
BAYİLİKLER
VERİLECEKTİR



• wingsmen
• pierrecassi



• pierrecassitr



• wingsmen



• 0532 300 86 65

Saraç İshak Mahallesi,
Türkeli Cd. No: 24
Mabeyinci Ykş. 34130
Fatih/İSTANBUL
0212 458 25 25
www.pierrecassi.com



ADRES / ADDRESS

Aslan Plaza Yenibosna Merkez Mah.
29 Ekim Cad. No:11 C iç kapı No Z1
Bahçelievler - İstanbul

Tel : +90 212 659 00 59

E-Mail : aydin.agdogan@schafer.com.tr

Web : www.schafer.com.tr

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

**ASLAN TİCARET DAYANIKLI
TÜKETİM MALLARI LTD ŞTİ.**

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON
AYDIN AĞDOĞAN**

SCHAFER

Ülke Orijini : Almanya
Country Origin : Germany

Ürün - Hizmet Kapsamı : Ev yaşam ürünleri
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 1980
Year Company Founded : 1980

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2022
Start of Franchising in Türkiye : 2022

Franchisee Adedi : 20
Number of Franchised Stores : 20

Franchise Hedefi : 2026:10 Mağaza
Targeted Franchise Stores : 2026:10 Mağaza

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee : Giriş bedeli alınmıyor.

Ortalama İşletme Sermayesi :
Required Start-up Capital :
10 Milyon TL Teminat Mektubu + Proje Giderleri +
Ürün Bedeli(Kesin alımda)

Reklam Payı Katılımı : Alınmamaktadır.
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : Alınmamaktadır.
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input checked="" type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input checked="" type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :
Target Franchise Area :
İstanbul, İzmir, Mersin, Van ve Trakya (Tekirdağ/Kırklareli/Edirne)

Yurt Dışına Yayılma Hedefi : 2026 OFF
Overseas Expansion Goals :

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :
Yatırımcı profilinde bizim için teknik kriterlerin ötesinde farklı değerler ön plana çıkar. Öncelikle yatırımcılarımızın ticari bir bakış açısına sahip olması bizim için en önemli kriter. Bunun yanında; operasyonel tutku ve işinin başında olma kültürü, marka standartlarına tam uyum sağlayabilme kapasitesi ve kurumsal disiplin, müşterilerle güvene dayalı ilişki kurabilen bir hizmet anlayışı Schafer franchise sisteminin uzun vadeli başarısında kilit rol oynar.

Aranacak İş Yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
Min.150 m² , 10 mt cephe

Sisteminiz Hakkında :
Own Comments on System :
Kesin alım ve Konsinye (Schafer Karar verir)

Ülke Orijini : Çin
Country Origin : China

Ürün - Hizmet Kapsamı : Protez Takma Tırnak ve Kozmetik
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 18 Eylül 2024
Year Company Founded : 18 Eylül 2024

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2025
Start of Franchising in Türkiye : 2025

Franchisee Adedi : 6
Number of Franchised Stores : 6

Franchise Hedefi : 2026: 60 Mağaza
Targeted Franchise Stores : 2026: 60 Mağaza

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee :
26.500 \$ + Kdv (Ortalama 12 m² Avm içi)

Ortalama İşletme Sermayesi : 2.000.000 TL
Required Start-up Capital :

Reklam Payı Katılımı : Alınmamaktadır.
Advertising Contribution :

Sürekli Franchise Ödemesi : Sistem Bakım ödemesi Aylık 202 \$.
Ongoing Royalty Fee :

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

(x) Eğitim	Training
(x) El Kitabı	Handbooks
(x) Yer Seçimi	Site Selection
(x) Bölge Koruması	Area Protection
(x) Proje	Planing - Design
(x) Ortak Reklam	Shared Advertising
(x) Mal Temini	Product Supply
(x) Pazarlama	Marketing Materials
() Finansman	Financing
() Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge : Marmara, Akdeniz, Ege, İç Anadolu
Target Franchise Area :

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :

Evet. Markamızı, öncelikli olarak Türkiye Cumhuriyeti'ni ve Avrupa pazarlarında büyümeyi hedeflemektedir.

Franchise Adaylarında Aranılan Özellikler/Required Franchisee Profile :
Perakende sektöründe deneyimli, tercihen kozmetik veya hızlı tüketim ürünleri alanında tecrübeli, finansal yeterliliğe sahip, operasyonel süreci aktif yönetebilecek, marka değerini temsil edebilecek vizyona sahip yatırımcılar tercih edilmektedir.

Aranılan İş yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :

- Yüksek yaya trafiğine sahip lokasyonlar
- AVM içi mağazalar veya işlek cadde mağazaları
- Minimum 12 m² satış alanı
- Görünürlüğü yüksek cephe
- Hedef kitleye uygun demografik yapı

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :

Markamızı; güçlü tedarik ağı, sürdürülebilir ürün kalitesi ve rekabetçi fiyat politikası ile faaliyet göstermektedir. Franchise iş modelimiz; merkezi satın alma, eğitim desteği, pazarlama ve reklam desteği, mağaza kurulum danışmanlığı ve operasyonel destek hizmetlerini kapsamaktadır. Amacımız, tüm şubelerde standart ve sürdürülebilir bir hizmet kalitesi sağlamaktır.



ADRES / ADDRESS

Gürsel Mah. Sevilen Sk. Aras İş Merkezi
Kat:4 No:61 D:8 Kağıthane / İstanbul

Tel : +90 533 367 43 53

E-Mail : info@takmataakma.com

marketing@takmataakma.com

Web : www.takmataakma.com

YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE

CSK KOZMETİK

ÜRÜNLERİ VE DIŞ TİC. A.Ş.

YETKİLİ KİŞİ /

CONTACT PERSON

SHIYE CHEN



ADRES / ADDRESS

Ferhatpaşa Mah. 99. Sokak
No:65 Ataşehir - İstanbul

Tel : +90 444 0 786

E-Mail : info@stntechnologies.com

Web : www.yutomat.ai

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

**STN İNOVASYON VE
TEKNOLOJİ A.Ş.**

YETKİLİ KİŞİ /

CONTACT PERSON

GÖRKEM MERGENAY

YUTOMAT AI

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı :
Product-Service Type :
Makine ve istenildiği takdirde makinelerin içerisindeki ürünler

Kuruluş Yılı : 2024
Year Company Founded : 2024

Franchise Vermeye Başlama Yılı : 2026
Start of Franchising in Türkiye : 2026

Franchisee Adedi :
Number of Franchised Stores :

Franchise Hedefi : Ulusal
Targeted Franchise Stores :

YATIRIM ŞARTLARI / INVESTMENT CONDITIONS

Franchise Giriş Bedeli / Inital Fee :
Franchise modeli lokasyon ve makine tipine göre değişmektedir.

Ortalama İşletme Sermayesi :
Required Start-up Capital :
İşletme sermayesi; stok yapısı, satış projeksiyonu ve lokasyon dinamiklerine göre belirlenir. Amaç, kontrollü nakit akışı ve sürdürülebilir büyümedir.

Reklam Payı Katılımı :
Advertising Contribution :
Ulusal ve bölgesel pazarlama stratejileri doğrultusunda planlanır. Dijital pazarlama, lokasyon bazlı kampanyalar ve marka görünürlüğü desteklenir.

Sürekli Franchise Ödemesi :
Ongoing Royalty Fee :
Modelde farklı gelir paylaşım seçenekleri bulunmaktadır.

VERİLEN DESTEKLER / SUPPORT PROVIDED

<input checked="" type="checkbox"/> Eğitim	Training
<input checked="" type="checkbox"/> El Kitabı	Handbooks
<input checked="" type="checkbox"/> Yer Seçimi	Site Selection
<input type="checkbox"/> Bölge Koruması	Area Protection
<input checked="" type="checkbox"/> Proje	Planing - Design
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Reklam	Shared Advertising
<input checked="" type="checkbox"/> Mal Temini	Product Supply
<input checked="" type="checkbox"/> Pazarlama	Marketing Materials
<input type="checkbox"/> Finansman	Financing
<input type="checkbox"/> Personel Temini	Personnel Selection

Hedef Bölge :
Target Franchise Area :
AVM'ler, havaalanları, metro ve ulaşım merkezleri, üniversiteler, hastaneler, iş merkezleri, akaryakıt istasyonları, spor tesisleri, rezidans projeleri ve yüksek yaya trafiğine sahip ticari alanlar. Yutomat için öncelikli hedef bölgeler arasında yer almaktadır.

Yurt Dışına Yayılma Hedefi :
Overseas Expansion Goals :
Yutomat.ai, Türkiye'de geliştirdiği teknoloji ve operasyon modelini uluslararası pazarlara taşıyarak global ölçekte otonom perakende çözümleri sunmayı hedeflemektedir.

Franchise Adaylarında Aranacak Özellikler/Required Franchisee Profile :
Yutomat franchise adaylarında girişimcilik bakış açısı, operasyonel disiplin, yatırım gücü, yerel ticari ağ ve marka standartlarına uyumlu büyüme odaklı iş yaklaşımı aranmaktadır.

Aranacak İş Yeri Özellikleri/Site Selection Criteria :
Yutomat için uygun iş yerleri; yüksek yaya trafiği, güçlü görünürlük, kolay erişim, güvenli altyapı ile elektrik ve internet bağlantısına sahip lokasyonlar olmalıdır.

Sisteminiz Hakkında :
Own Comments on System :
Yutomat, uzaktan yönetilebilen, farklı ürün kategorilerini tek noktada sunabilen, veri odaklı ve ölçeklenebilir yapıyla yeni nesil mikro-perakende ve akıllı satış noktası çözümüdür.

yutomat®

Perakendeyi Yeniden Kurguluyoruz



yutomat.ai



444 0 786



CDM DENETİM



ADRES / ADDRESS

Kozyatağı Mah. Sarıkanarya Sok. ByOffice No:14
İç Kapı No:7 Kadıköy - İstanbul

Tel : +90 530 320 10 39

E-Mail : cigdem.makiroglu@cdmdenetim.com

Web : www.cdmdenetim.com

YETKİLİ Kişi /

CONTACT PERSON

ÇİĞDEM MAKİROĞLU

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı :

Product-Service Type :

Franchise Sistemlerine Mali ve Yönetim Danışmanlığı Desteği
Vergi Danışmanlığı ve Mevzuat Uyum Süreçleri
Finansal Raporlama ve İç Kontrol Sistemleri
Mali Müşavirlik Hizmetleri

Kuruluş Yılı : 2017

Year Company Founded : 2017

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :

CDM Danışmanlık, mali müşavirlik, vergi danışmanlığı ve kurumsal yönetim alanlarında işletmelere stratejik danışmanlık sunan bir danışmanlık firmasıdır. Şirketlerin finansal altyapılarını güçlendirmelerine, yönetim sistemlerini yapılandırmalarına ve sürdürülebilir kurumsal yapılar inşa etmelerine rehberlik eder. Kurucusunun uzun yıllara dayanan franchise yönetimi ve üst düzey yöneticilik deneyiminden güç alan CDM Danışmanlık; işletmelerin finansal süreçlerini, yönetim mekanizmalarını ve performans sistemlerini sürdürülebilir büyüme hedefleri doğrultusunda tasarlayan bütüncül bir danışmanlık yaklaşımı benimser.

Özellikle franchise ve çok şubeli organizasyonlarda finansal mimarinin kurulması, kârlılık disiplininin sağlanması ve büyümenin stratejik kontrol çerçevesinde yönetilmesi konularında uzmanlaşan CDM Danışmanlık; şirketlerin daha güçlü, daha şeffaf ve daha yönetilebilir kurumsal yapılarla ulaşmasına katkı sağlar.

CDM Danışmanlık, işletmelere yalnızca mali hizmet sunan bir yapı olmanın ötesinde; ölçeklenebilir, denetlenebilir ve sürdürülebilir bir kurumsal gelecek inşa etmeleri için stratejik danışmanlık sağlayan güvenilir bir iş ortağıdır.



Danışmanlık

Stratejik Yönetimle Geleceğe Liderlik Edin

Kurumsal yönetim ve franchise
yapılanmaları için sistem danışmanlığı



CDM DANIŞMANLIK

Strateji, sistem, sürdürülebilirlik



ADRES / ADDRESS

Fahrettin Kerim Gökay Cad.

No:60/14 Kadıköy - İstanbul

Tel : +90 216 580 88 28
+90 543 580 88 28

E-Mail : post@franchisemore.com

Web : www.franchisemore.com
www.devirsepeti.com

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**
**FRANCHISE & MORE
DANIŞMANLIK**

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON**
OSMAN FAİK BİLGE

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı :
Product-Service Type :

Franchise danışmanlığı, pazar araştırma, strateji geliştirme, konsept geliştirme, master franchise alma, master franchise verme, franchise sistemi kurma, franchise anlaşması, franchise satışı, yer temini ve seçimi, işletme devri, franchise eğitimi

Kuruluş Yılı : 1996
Year Company Founded : 1996

Sisteminiz Hakkında :

Franchise & More 1996 yılından bu yana franchise danışmanlığı ve satışı konusunda yurt genelinde temsilcileri eliyle hizmet veren lider danışmanlık kuruluşu. Franchise verenlere sistem kuruluşu ve satışı, franchise alanlara danışmanlık ve koçluk hizmetleri veriyor. Franchise eğitimlerini UFRAD ve İAU ile birlikte kurduğu Franchise Akademisi bünyesinde veriyor.

www.devirsepeti.com sitesiyle markalı işletmelerin güvenli devirlerine aracılık ediyor. Marka belirtmeden, kazanan, hazır işleri, güncel devir fırsatlarını, kendi yorumuyla birlikte girişimcilere sunuyor. F&M temsilcileri eliyle 'güvenli devir' gerçekleşiyor. Devralan, işletmenin ticari bilgilerini öğreniyor, pazarlık ediyor, işletmeyi derinlemesine inceliyor, sonra alıyor. Devralanın korkusu olan 'ne aldığı sonradan görmek' F&M ile sorun olmaktan çıkıyor.

Own Comments on System :

Franchise&More is leading with its network of franchise consultants since over 20 years in Turkey. Franchisors are served by strategy, agreement, manuals, training, control, site selection, franchise sale and resale. Franchisees are supported by consulting, coaching, evaluation of investment F&M is co-founder and manager of Franchise Academy.

Devirsepeti.com is online sale and resale platform for franchise outlets. Franchise opportunities are listed, evaluated, presented to investors by F&M consultants. Buyers are informed in-depth and supported by investigation about commercial potential of particular stores and locations before buying decision. Devirsepeti.com is offering reliable earning opportunities without surprises.

FRANCHISE & MORE

*F&M 1996 yılından bu yana Türkiye'de sektörümüze önderlik ediyoruz
Türkiye'de ve dünyada konusunda uzman temsilcileriyle çalışıyoruz
Franchise alanlara ve verenlere en geniş kapsamda hizmet sunuyoruz.*

FRANCHISE ALIRKEN



FRANCHISE ALIRKEN

Ücretsiz bilgi, ücretli koçluk veriyoruz, kendi doğrusunu bulduruyoruz.
Girişimcilik testi ile alabileceği riskin sınırlarını gösteriyoruz.
İşletme koçluğu ile zincirlerin işletme tekniklerini kullanıyoruz.
Franchise eğitimi ile almadan önce ne yapması gerektiğini öğretiyoruz.

FRANCHISE KURARKEN

FRANCHISE KURARKEN

Analizle girişimciye ve koşullara en uygun stratejiyi geliştiriyoruz.
Franchise verebilecek konsepti geliştiriyoruz, istenirse oluşturuyoruz.
Masterfranchise inceleme, alma ve uyarlamada destek oluyoruz.
Franchise anlaşmasını, el kitabını, eğitim ve denetimini hazırlıyoruz.



FRANCHISE İŞLETİRKEN

FRANCHISE İŞLETİRKEN

Franchise satıyoruz, doğru adayı seçiyoruz, doğru koşulları uyguluyoruz.
Uygun yerleri buluyoruz, ekspertiz yapıyoruz, doğru fiyatı öneriyoruz.
Zinciri bozulan, sorun yaşayan, sistemi tıkananları tamirciye alıyoruz.
Önce diağnoz, sonra motor ve karoser tamiri, bitince testini yapıyoruz.



FRANCHISE DEVREDERKEN

FRANCHISE DEVREDERKEN

Devredilecek yeri afişe etmeden geniş bir kitleye duyuruyoruz.
İşletmenin gerçek değerini belirliyoruz, hızla sonuçlandırıyoruz.
Devir alana kapsamlı bilgi ve güven ortamı sağlıyoruz.
Zincirleri devrediyoruz, sinerjik veya finansal ortak buluyoruz.



*Franchise verirken markanızı "kurda, kuşa" kaptırmayın, işi F&M ye bırakın
Franchise alırken temsilcilerimize gelin, kendi doğrunuzu keşfedin
F&M den danışmanlık alın, koçluk alın, eğitim alın
Deneyimi yanınıza alın*

İEF&D

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı :
Product-Service Type :
Franchise Danışmanlığı, Eğitimi, Denetimi Pazarlaması

Kuruluş Yılı : 2002
Year Company Founded : 2002

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :

Ülkemizde gıda ve perakende alanında gelişmekte olan firmalara yönelik hazırlık ve strateji geliştirme, yayılma ve yer seçimi, franchise satışı, fiyatlandırma, standartlar ve el kitabı hazırlama ve eğitim konularında hizmetlerini sürdürmektedir.

- Kurduğumuz sistemi, franchise alan ve veren tarafların birlikte kazanacakları şekilde tanımlamak
- Kurduğumuz Sistemi yasalara, UFRAD ilkelerine ve ticari gereklere uygun oluşturmak.
- Destek verdiğimiz firmaların rakiplerine hizmet vermemek
- İşi bir bütün olarak ele almak ve çalıştığımız firmaya her konuda destek olmak.
- Hizmeti bir zaman planına uygun ve ölçülebilir performans kriterlerine uygun olarak vermek.



ADRES / ADDRESS

Caferağa Mah. Yenifikir Sok. Moda Apt. B Blok
21/9 Moda Kadıköy - İstanbul

Tel : +90 532 255 56 18

E-Mail : ilhanerkan@gmail.com

YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE

İEF&D

YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON

İLHAN ERKAN

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı :

Stratejik İşler; stratejik yönetim, büyüme stratejileri, franchising sistemi tasarımı ve franchise markalarının yatırımcılarla buluşturulması alanlarında danışmanlık ve platform hizmetleri sunmaktadır.

Faaliyet alanları:

Franchise sistem kurulumu

Franchise büyüme stratejileri

Franchise yatırım danışmanlığı

Marka temsilciliği

Franchise yatırımcı eşleştirme platformu

Franchise eğitim ve danışmanlık hizmetleri

Ayrıca Stratejik İşler tarafından geliştirilen Global Franchising

Platformu, franchise markaları ile yatırımcıları bir araya getiren dijital bir ekosistemdir.

Product-Service Type :

Strategic consulting, franchise system development, franchise brand representation and digital franchise investment platform services.

Services include:

Franchise system design

Franchise growth strategies

Franchise investment advisory

Brand representation

Franchise investor matchmaking

Franchise education and consulting

The company also develops Global Franchising, a digital platform connecting franchise brands with potential investors.

Kuruluş Yılı : 2008

Year Company Founded : 2008

Sisteminiz Hakkında :

Stratejik İşler; işletmelerin sürdürülebilir büyümesini destekleyen stratejik yönetim ve franchise danışmanlığı hizmetleri sunmaktadır. Şirketin geliştirdiği Global Franchising platformu, franchise markaları ile yatırımcıları buluşturan dijital bir ekosistemdir. Platform; marka doğrulama, yatırımcı eşleşmesi, danışmanlık ve eğitim hizmetlerini bir arada sunarak franchising sisteminin daha şeffaf, güvenilir ve ölçeklenebilir bir şekilde gelişmesine katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Stratejik İşler aynı zamanda franchise sistemini büyütmek isteyen markalar için: franchise stratejisi, operasyon modeli, franchise manüeli, yatırım fizibilitesi, franchise satış ve temsilcilik süreçleri gibi alanlarda kapsamlı danışmanlık hizmetleri vermektedir.

Own Comments on System :

Stratejik İşler provides strategic management and franchise consulting services to support the sustainable growth of businesses. The company has developed the Global Franchising platform, a digital ecosystem that connects franchise brands with potential investors. The platform offers services such as brand verification, investor matchmaking, consulting and training, aiming to contribute to a more transparent, reliable and scalable franchising ecosystem. In addition, Stratejik İşler provides comprehensive consulting services for brands seeking to expand through franchising, including franchise strategy development, operational model design, franchise manuals, investment feasibility studies, franchise sales and representation processes.



ADRES / ADDRESS

Abide-i Hürriyet Cad. No: 211/64 Şişli - İstanbul

Tel : +90 212 942 87 78

+90 555 100 44 44

E-Mail : info@stratejikisler.com.tr

Web : www.stratejikisler.com.tr

www.globalfranchising.net

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE
STRATEJİK İŞLER**

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON
İSMAİL HAZNEDAR**



ADRES / ADDRESS

Sultan Selim Mah. Hümevra Sok. Nef 09
Plaza B-65 Kağıthane - İstanbul

Tel : +90 212 801 31 30

E-Mail : info@franchisecompany.com.tr

Web : www.franchisecompany.com.tr

**YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE**

**LİSANS FRANCHISE
PAZARLAMA VE İLETİŞİM
DAN. TİC. LTD. ŞTİ.**

**YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON
AYCAN HELVACIOĞLU**

Ülke Orijini : İngiltere
Country Origin : United Kingdom

Ürün - Hizmet Kapsamı :
Product-Service Type :
Franchise Kurulumu ve Franchise Satış Yönetim Danışmanlık Şirket

Kuruluş Yılı : 2018 (Türkiye)
Year Company Founded : 2018 (Türkiye)

Sisteminiz Hakkında :

Own Comments on System :

The Franchise Company, 30 yılı aşkın süredir uzman franchise danışman ekibiyle İngiltere'de hizmet vermekte olan bir Franchise Danışmanlığı firmasıdır. BFA (British Franchise Association) akreditasyonuna sahiptir.

2014 yılından açılan Türkiye merkezi ile Türkiye'de, Avrupa ve Ortadoğu'da işini büyütmek isteyen markalar için; Franchise Sisteminin Oluşturulması, Pazarlama ve Franchise Satışı, Master Franchise Oluşumu, Uluslararası Planlama, Analiz ve Raporlama alanlarında hizmet vermektedir.

Franchise Company aynı zamanda yatırımcıya, Marka analizi, Pazar araştırması, Lokasyon ve büyüme konularında destek vermektedir.

THE FRANCHISE OFFICE

DANIŞMANLIK
COUNSELING

Ülke Orijini : Türkiye
Country Origin : Türkiye

Ürün - Hizmet Kapsamı : Franchise ve Marka Danışmanlığı
Product-Service Type :

Kuruluş Yılı : 2023
Year Company Founded : 2023

Sisteminiz Hakkında :
Own Comments on System :
The Franchise Office, franchise sistemini modelleyen, kuran ve büyüten bir danışmanlık firmasıdır.



ADRES / ADDRESS

Atakent 3.Etap 5C/45 Küçükçekmece - İstanbul

Tel : +90 212 470 33 34
+90 532 208 62 32

E-Mail : hello@thefranchiseoffice.com

Web : www.thefranchiseoffice.com

YETKİLİ FİRMA /
AUTHORIZED FRANCHISOR
FOR TÜRKİYE
THE FRANCHISE OFFICE

YETKİLİ KİŞİ /
CONTACT PERSON
KEREM ÇİFTÇİ

“Know-How” Franchisor’un tecrübe ve testlerle edindiği, patentli olmayan gizli, önemli, tanımlanmış pratik bilgilerdir. Bir bütün veya onu oluşturan parçaların kesin birleşimi olan “know-how” genel olarak bilinmiyor ve kolayca ulaşılamıyor demektir. Know-how malların satışı ve hizmetlerin son kullanıcıya sunulması konusunda önemli bilgiler içeriyor demektir. Özellikle malların satışa sunulması, hizmetlerin sunulmasıyla bağlantılı olarak malların işlenmesi, müşterilere davranış yöntemleri, işletme ve finans yöntemlerini ilgilendiren konuları kapsar. Know-how, anlaşma tarihi itibarıyla Franchisee’ye yarar sağlamalı, onun rakipleri karşısındaki konumunu güçlendirmeli, özellikle onun performansı yükseltilmeli veya yeni bir pazara girmesine yardım etmelidir. “Tanımlanmış” know-how gizli ve önemli sayılmaya yeterli derecede etraflıca tanımlanıyor demektir. Know-how tanımı Franchise anlaşmasında veya ayrı bir bölgede yapılmış veya uygun herhangi bir şekilde kaydedilmiş olabilir.

1-Franchising Nedir?

Franchising bir ürün veya hizmetin imtiyaz hakkına sahip tarafın, belirli bir süre şart ve sınırlamalar dahilinde işin yönetimi ve organizasyonuna ilişkin bilgi ve destek (*know-how) sağlamak sureti ile, imtiyaz hakkını ticari işler yürütmek üzere ikinci tarafa verdiği imtiyazdan doğan, uzun dönemli ve sürekli bir iş ilişkilerinin bütünüdür. Franchising, birbirinden bağımsız iki taraf arasında meydana getirilen sözleşmesel bir ilişkidir. Franchising, sistemin yaratılma ve ilk uygulama yeri olan A.B.D’ de başlamıştır. Bu sistem ile çalışan yaklaşık 60 iş kolu mevcuttur. Bunlar arasında ; Otomobil Kiralama, Otomobil Servis Ürünleri, İş Yardım Servisleri, İş Araçları, Giyim ve Ayakkabı, Yapı Dekorasyon, Bilgisayar, Kozmetik, Perakende Satış Mağazaları, Eğitim, Yiyecek, Sağlık Ürünleri, Ev Aletleri, Kuru Temizleme, Fast-Food, Otelcilik ve Lokanta vb. sektörler bulunmaktadır. Özellikle hizmet sektöründe çeşitlendirme hızla artmaktadır.

Lügat manası “imtiyaz” olan Franchise, İngilizce bir kelimedir. Fransızca “Affanchir” olan franchise sözcüğünden “Franchising İmtiyaz Verme” kelimesi türetilmiştir.

Franchisor; ürüne, hizmete veya bilgi birikimine ve bunlara ait denenmiş, kalitesi kanıtlanmış ve başarılı bir markaya, isme sahip ve bunların satış dağıtım veya işletme hakkını belirli bir bedel karşılığı veren taraftır. Franchisor, kendisi ve bireysel Franchisee’lerinden oluşan franchising sisteminin kurucusu ve uzun vadeli koruyucusudur. Franchisee; doğrudan veya dolaylı bir malı bedel karşılığında Franchisor’un ticari adını ve/veya hizmet markasını, know-how’ını iş görme ve teknik yöntemlerini, sistemini ve diğer sınai ve/veya fikri mülkiye haklarını kullanma hak ve zorunluluğunu, taraflar arasında bu amaçla yapılan yazılı Franchise Anlaşması süresi ve kapsamı içinde devamlı olarak alacağı ticari ve teknik destek ile üstlenir. Franchisee’nin Franchisor’a ödediği bedel; isim, marka veya sistemi kullanma hakkı karşılığında ödenen bir başlangıç ücreti “Franchisee Fee”den ve yıllık ciro ve kardan, anlaşmada belirlenen oranlarda, yüzde olarak ödenen ücretlerden “Royalty”den oluşur.

2- Franchising sisteminin tarihi gelişimi?

Bugünkü anlayışıyla, ABD’deki franchising uygulamalarının geçmişi bir yüzyıl öncesine dayanır. ABD iç savaşının ardından, 1863 yılında Singer Dikiş Makinaları şirketi, finansal açıdan bağımsız olan işletmeleri franchising yolu ile birleştiren bir dağıtım sistemi kurmuştur. Franchising sisteminin en güçlü tanımını 1888’de General Motors ve 1902’de ilaç sektörüne Racall ile yapmıştır. Daha sonra araba üreticileri, Pepsi-Cola, Coca Cola ve Seven Up gibi alkolsüz içecek firmaları benzin istasyonları zinciri ve çeşitli perakende satış mağazaları sisteme katılmışlardır. 1950’li yılların sonlarında, franchising sisteminde patlama olarak nitelendirilebilecek bir artış olmuş ve düzinelerce franchising sistemi oluşturulmuştur. Yine 1950’li yıllarda, rekabet ve ekonomik gelişme üzerindeki olumlu etkileri nedeniyle halkın daha da çok ilgisini çeken franchising sistemi yeni bir hız kazanmıştır. Bu dönemden sonra franchising, iş yapımının farklı bir yöntemi olarak tanımlanmıştır. Bu tanımlama, sistemin 1960’lı yıllarda franchising yöntemi kullanılarak yaratıcı yeni girişimciliğin gelişmesine de olanak sağlamıştır. Franchising, ilgili işadamları ve profesyoneller için farklı bir uzmanlık alanı haline gelmiştir. Bu gelişmelerin etkisiyle 1960 yılında franchising sektörünün ilk birliği olan IFA “Uluslararası Franchise Birliği” (International Franchise Association) kurulmuştur. Sistem sadece ekonomik faydaları için değil, aynı zamanda sosyal önemi açısından da tercih edilmiştir. Böylece büyük işletmeler ve küçük girişimciler kendilerine karşılıklı olarak fayda sağlayan bir birliğe bağlanma olanağına kavuşmuşlardır. Bu nedenle franchising bağımsız çalışan işadamlarını hem korumuş, hem de büyümelerine yardımcı olmuştur. Bu gelişmelerin sonucu olarak, ABD’de 1991 yılında perakende satışların %35’i franchising işletmeleri tarafından gerçekleştirilmiştir. Söz konusu yıl, satışların değeri 75,8 milyar USD’a ulaşmıştır. 1970’li yıllarda Avrupa’da hızla yaygınlaşan franchising sisteminin ülkemizde uygulamaları ise, 1980’lerin 2. Yarısında başlamıştır. Franchise vererek Türkiye pazarına ilk giren firmalar; McDonald’s, Pizza-Hut, Wendy’s ve Kentucky Fried Chicken gibi fast food alanında dünya çapındaki isimlerdir. Türkiye’ye fast-food ile giren ve özellikle hizmet sektöründe büyük ilgi ile karşılaşılan franchising çok hızlı bir biçimde yaygınlaşmaya başlamıştır.

3. Franchising türleri nelerdir?

Franchising sistemini uygulamaları açısından iki grupta incelemek mümkündür. Sistemin uygulandığı ülkeye göre: Ulusal ve Uluslararası Franchising’den söz edilebilir. Sunulan fırsatlar açısından; Ürün ve Marka Franchising’i, İşletme Sistemi Franchising’i şeklinde sınıflandırma yapmak mümkün.

4. Ulusal ve Uluslararası Franchising nedir?

Franchising Sözleşmesi bir ülke sınırları içerisinde, şehirler ya da bölgeler arasında yapıyorsa Ulusal Franchising, iki ülke arasında yapıyorsa Uluslararası Franchising'den söz edilebilir.

5. Ürün ve Marka Franchising'i nedir?

Ürün ve Marka Franchising'i ABD'de üretici ve satıcı arasında bağımsız bir satış ilişkisi şeklinde başlamıştır. Bu ilişki çerçevesinde satıcı firma, kendini üretici firma ile özdeşleştirmeye çalışmaktadır.

Belirli ürünlerin benzer görünümdeki bağımsız işletmelerde pazarlanması sonucu, üretici ile imaj birleşmesi sağlanmaktadır. Bu tür franchising'de esas olan belirli bir marka ya da ticari ünvanının kullanılmasıdır.

Ayrıca imtiyazı veren firma karşı taraf üzerinde sevk ve idare dahil, geniş ve sürekli bir denetim hakkına sahiptir. Bazı basit konularda, franchise alan kuruluş üretim safhasına da girebilir. Otomobil ve kamyon satıcıları, benzin istasyonları, alkolsüz içki üreticileri bu tür franchising'in en tipik örneklerini oluşturmaktadır.

6. İşletme Sistemi Franchising'i nedir?

Franchisingin bir başka türü işletme franchisingidir. Burada Franchisee ve Franchisor arasında sadece ürün, servis ve marka alanında değil, bir bütün olarak işletme sistemi içerisinde pazarlama ve üretimle ilgili tüm faaliyetler yer alır. Çok basit bir anlatımla, bu tür franchising "Akıl Satmak" şeklinde tanımlanabilir.

Oteller, restoranlar, perakende satış mağazaları, kiralama ve danışmanlık hizmetleri bu sınıflandırma içerisinde yer alır. Son yıllarda işletme sistemi franchising'inin büyüme hızı diğer franchising'lere göre daha fazladır.

İşletme sistemi franchising'i diyebileceğimiz "Business Format Franchising" sözleşmesinde yer alan 4 temel unsur şunlardır:

o Franchisor sahip olduğu belirli bir ismin veya markanın kullanılması için Franchisee'ye izin verir.

o Franchisee üzerinde, sözleşme süresince devam eden bir denetimi mevcuttur.

o Yine sözleşme boyunca Franchisor, Franchisee'ye belirli yardım ve hizmetlerde bulunur.

o Bu imtiyaza karşılık bedelin ödeme şekli olan "Royalty" nin miktarı periyodik ödemeler şeklinde tespit edilir.

7. Franchising sisteminin Franchisee açısından yararları nelerdir?

Franchising sisteminin franchisee açısından yararları:

o Daha önce denemiş, başarısı kanıtlanmış ve tanınmış bir marka ile birlikte, işletme sistemine ait teknikleri ve prosedürleri kullanmak mümkün olmaktadır.

o Marka ile birlikte Ulusal veya Uluslararası standarda ve kaliteye sahip olunmaktadır.

o Tanınmış markaların sağladığı sürekli müşteri ve iş yapma imkanı doğmaktadır.

o Franchise veren işletme Franchisee'ye eğitim hizmetleri ve uzman personel desteği sağlanmaktadır.

o Kaliteli personel bulma, işe alma ve yetiştirme konularında franchise veren işletmenin tekniklerinden yararlanılmaktadır.

o Mali, ticari ve personel konularında sağlanan destekle, teknik işlevlere ağırlık verilip başarı şansı artırılmaktadır.

o Franchisor ile ortak hareket edilerek küçük işletmelerin karşılaşacakları risk ve işletmecilik sorunları minimize edilmektedir.

o Franchise veren işletmenin mali ve hukuk danışmanlarından yararlanılmaktadır.

o Franchisor'ın sürekli olarak yaptığı araştırma ve geliştirme çabalarından yararlanılmaktadır.

o İşletmenin kuruluş aşamasında ve kuruluş yerinin seçiminde bilimsel tekniklerin kullanılması mümkün olmaktadır.

o Kuruluş aşamasında leasing vb. kaynaklardan finansal destek sağlanması mümkün olmaktadır.

o Reklam ve tanıtma giderlerinden tasarruf sağlanmaktadır.

o Franchising sistemi, girişimcinin yalnızlığını ortadan kaldırarak, kendi işini kurmanın getirdiği riskleri azaltmaktadır.

o Franchisor'a yapılan ödemeler, başlangıçta, yeni bir işin ön yatırımından daha fazla olmasına rağmen, denememiş bir iş için yapılacak hata bedellerinin toplamından azdır.

o İşletmeler için standart yönetim, muhasebe, satış ve stoklama fonksiyonları mümkün olmaktadır.

8. Franchising sisteminin

Franchisee açısından sakıncaları nelerdir?

o Yaratıcılık yok olmaktadır.

o Franchisor'ın koyduğu bir takım kurallara ve kısıtlamalara uyma zorunluluğu ortaya çıkmaktadır.

o Sözleşme aşamasında yeterli araştırma yapılmadığında, karın önemli bir kısmı franchisor'a gitmektedir.

o Sözleşme konusu ürünün yaygın kullanımı, giriş aidatlarını yükseltmektedir.

o Anlaşma gereğince franchisor'dan alınması zorunlu bazı ürünlerin piyasadan daha ucuza alınması mümkün olabilmektedir.

o Sözleşmelerde boşlukların olması durumunda sistemin franchisor lehine çalışması mümkün olabilmektedir.

o Franchisor'un Franchisee'ye güvensizliği, sözleşme ile sağlanan hak ve imkanların sınırlı tutulmasına neden olmaktadır. Bu durumda taraflar arasında sürtüşmeler olmaktadır.

9. Franchising sisteminin Franchisor açısından yararları nelerdir?

- o Franchise alan işletmelerin yapacağı giriş ödentisi vb. ödemeler yeni yatırım yapmaksızın franchisor'un karını arttırmaktadır.
- o En az maliyetle büyüme ve gelişme sağlamaktadır.
- o Büyüme ve iş hacminin artması sonucu verimlilik ve iktisadilik artmaktadır.
- o Mal ve hizmetlerin daha fazla satılması Franchisor'ın Finansal kuruluşlardan kredi bulma imkanını arttırmaktadır.
- o Daha hızlı ve selektif bir dağıtım söz konusu olmaktadır.
- o Dağıtım sisteminin rahat ve denetimi mümkün olmaktadır.
- o Pazar ile ilgili hızlı ve sürekli bilgi akışı sağlanmaktadır.

10. Franchising sisteminin Franchisor açısından sakıncaları nelerdir?

- o Sisteme giriş aیدatlarının bazen tahsil edilememesi söz konusu olmaktadır.
- o Franchisee işletmelere sağlanan mal, hizmet vb. bedellerini tahsilinde güçlükler söz konusu olmaktadır.
- o Franchisee işletmelerin sistemin sağlayacağı yararları tek taraflı olarak, franchise veren işletmelerden beklemeleri, iş birliği anlayışını zedelemektedir.
- o Başarılı ve kalitesi kanıtlanmış bir marka veya isim franchisee'nin hatalı faaliyetleri sonucu zarar görebilir. Bunun önlenmesi için sıkı bir denetim şarttır.

11. Franchise almayı düşünenlerin Franchisor seçerken dikkat etmesi gereken hususlar nelerdir?

Franchisor firmanın verdiği bilgilerin neler olması gerektiği ABD'de kesin olarak tanımlanmıştır. Ülkemizde ise kesin bir tanımı yoktur. ABD'de franchisee'lerin ve bayilerin ortak bir derneği vardır "American Associated of Franchisees & Dealers". Dernek franchise almayı düşünenlere, franchisor seçerken dikkat edilmesi gereken hususları 7 başlık altında belirtmiştir.

A-Franchisor firma öncelikle mal ve hizmetini satmaya çalışmalıdır.

Bazı firmalar öncelikle franchise satmayı tercih ederler. Kısa vadede hızla satılan dükkanlardan gelen para, uzun vadede dükkanların gelirinden alınacak yüzdelerden daha cazip olabilir. Bu durumda franchisee kendini kısa süre sonra yalnız bulabilir. Ülkemize başlangıçta dünyanın en tanınmış ve güvenilir zincirleri geldi. Bunların oluşturduğu pembe tablo yatırımcıyı yanıltmamalıdır. Her ülkelerde olduğu gibi hızla Franchisee'ler oluşturup sonra ortadan kaybolan zincirler bizde de türeyebilir. Franchisee adayı bu noktayı iyi değerlendirmelidir.

B-Franchisor firma pazarlama kanalı olarak öncelikle Franchisee'lerini kullanmalıdır.

Satışının çoğunu kendi dükkanlarında yapan ve malını, kitle, katalog, tv gibi değişik kanallardan pazarlayan franchisorlar tercih edilmelidir. Franchisor pazarlamada Franchisee'ye muhtaç durumda ise daha iyi ilişkilerin kurulması doğaldır.

C-Üretilen mal veya hizmetin hazır bir pazarı olmalıdır.

Pazarı doymuş bir ürün veya bağımsız işletmelerden alınmaya alışılmış bir hizmet söz konusu ise zincirin halkası olmak, beklenen verimi getiremeyebilir. Örneğin, sıcak bir lokanta veya otel atmosferi ancak tanıdığımız bir kişinin işlettiği küçük bir yerde bulunur. Zincir işletmeye girdiğinizde ister istemez birbirinin aynı "Kişisizleştirilmiş" bir ortam bulursunuz.

D-Marka iyi bilinmeli ve tanınmalıdır.

Yatırımcıyı franchise almaya yönlendiren en önemli etken markadır. Markanın hangi kesimlerce, nasıl bilindiği üzerinde durulmalıdır. Değişik tüketici gruplarının görüşleri alınmadan franchise almaya karar verilmemelidir.

E-Franchisor firma yeterli eğitim, sürekli destek ve etkili bir pazarlama sunabilmelidir.

F-Franchisor firmanın Franchisee'leri ile ilişkiler iyi olmalıdır.

Sistemin işleyişi, eğitimin yeterliliği açısından Franchisor'ın bilgisi sorgulanmalıdır. Franchisor aleyhine açılmış dava olup olmadığı, gerekçeleri ve sonuçları öğrenilmelidir.

G-Franchisee veya Franchisor tarafından işletilen dükkanların satış ve maliyetlerinin detayları açıklıkla verilmelidir.

12- Franchisor'ın yükümlülükleri nelerdir?

- Franchisor aşağıdaki şartları yerine getirmelidir:
- o Bir iş sistemini franchise zinciri haline getirmeden önce, makul bir süre boyunca ve en azından bir örnek işletmede başarıyla yürütmelidir.
- o Zincirin isim, marka ve diğer ayırt edici özelliklerin sahibi olmalı veya yasal olarak kullanım hakkına sahip olmalıdır.
- o Anlaşma süresince bireysel Franchisee'ye başlangıçtaki eğitimi ve sürekli ticari veya teknik desteği verebilmelidir.

13- Bireysel Franchisee'nin yükümlülükleri nelerdir?

Bireysel franchisee aşağıdaki şartları yerine getirmelidir:

o Franchise işletmesinin gelişmesi ve franchise sisteminin ortak kimliği ve saygınlığının korunması için azami gayreti göstermelidir.
o Franchisor'ın verimli yönetimi için, Franchisee performansının ve mali durumunun belirlenmesini kolaylaştıracak işletme bilgilerini vermelidir. Franchisor'ın talebi üzerine Franchisor'ın ve/veya temsilcinin bireysel franchisee'nin işletme kayıtlarında makul zamanlarda çalışmasına izin verilmelidir.

14- Her iki tarafın sürekli yükümlülükleri nelerdir?

Taraflar birbirleriyle ilişkilerinde dürüst davranmalıdırlar. Franchisor anlaşmanın her ihlalinde, bireysel franchisee'sini yazılı olarak ikaz etmeli ve kusurun giderilmesi için makul süre tanımalıdır. Taraflar şikayet, tasa ve anlaşmazlıklarını samimi ve iyi niyetle, dürüst ve makul doğrudan temas ve müzakere ile çözmelidir.

15- Franchise Bedeli "Franchisee Fee"nin ödeme şekilleri nelerdir?

Franchisee'nin kullanma hakkını aldığı marka ve sistem için, Franchisor' a yapacağı ödemeler çeşitli şekillerde olabilir.
o Sözleşmenin akdi ile yapılan toplu ödeme (ön ödeme/ Lump Surn Fees)
o Devamlı ve belli dönemler halinde yapılan ödemeler (Royalty)
Royalty ödemeleri genellikle brüt ciro üzerinden hesaplanır ve cironun bir oranı şeklinde saptanır. Nadiren aylık maktu ücretler halinde de belirlenebilir. Franchisor verdiği destek hizmetleri için ek ödemeler isteyebilir. Bu ödeme franchisor'un verdiği hizmetler dolayısıyla yaptığı masrafların karşılanmasına yöneliktir. Ödemelerin ne şekilde yapılacağı (nakit, açık hesap, akreditifli ödemeler vs.) da sözleşmenin bu başlığı altında düzenlenir.

16- Franchising sisteminin uygulama aşamaları nasıl gerçekleşmektedir?

Franchisor firma öncelikle franchisee'ye bir tanıtım dosyası hazırlamalıdır. Bu tanıtım dosyası ana firma ile ilgili bilgi paketinden ve formdan oluşur. Bu bilgi paketi ile ilgili kişisel ve mali bilgileri içerir. Ayrıca Franchisor'ın Franchisee'ye vermekle yükümlü olduğu 3 adet el kitabı vardır. Bunlardan birincisi, ana şirket içi operasyonu anlatan kitap; 2.si, franchisee'nin uyması zorunlu olduğu kuralları içeren franchisee şirket içi operasyon kitabı ve son olarak ta franchisee'ye nasıl işleteceğine dair tüm bilgileri içeren işletme bilgileridir. Bu işletme kitabı ile birlikte Know-How'da verilmektedir. Franchisee, franchisor'ı seçerken çok dikkatli olmalıdır. Kişisel ve mali açıdan iyi analiz etmelidir. Aynı zamanda Franchisor'da Franchisee için aynı araştırmayı yapar. Karşılıklı olarak tanıma aşaması tamamlandıktan sonra franchisor ile franchisee görüşmelere başlarlar. Faaliyet Bölgesi belirlenir. Belirlenen faaliyet bölgesi göz önünde bulundurularak fizibilite çalışması yapılır. Bu fizibilite çalışmasında gerekli sermaye, ödeme koşulları, yatırımın ne kadar sürede geri amorti edeceği belirtilir ve bu fizibilite çalışması franchisee'nin önüne konur.

Bu fizibilite çalışmasının sonucu franchisee için karar aşamasıdır. Franchisee karar verdikten sonra sözleşme imzalanır. Bu sözleşme çok detaylı ve her hususu kapsayacak şekilde olmalıdır. Sözleşmenin imzalanması ile birlikte franchisee'nin ödemeleri de başlamalıdır. Ödeme planı sözleşme ekibine verilmekte ve ödeme planı her firma bazında değişmektedir. Bu anlaşmalardan sonra franchisee'nin birim hazırlığı başlar. Bu birim hazırlığı mağazanın dekorasyonunu, franchisee'nin ve elemanlarının eğitimini içermektedir. Bazı franchisorlar birim hazırlığını üstlenerek anahtar teslimi her şeyi hazırlamaktadırlar. Anahtar teslim hazırlığın avantajı maliyetleri minimize edecek şekilde ana firmanın hazırlıkları yapması ve franchisee'ye yol göstermelidir. Hazırlıklar bittikten sonra franchisee işe başlar. Bu başlangıç süresince franchisee'ye yardımcı olmak amacıyla franchisor firmadan bir destek elemanı franchisee'nin yanında olur.

17- Master Lisans nedir?

Master Lisans, bir franchisor firmanın bir ülke ya da belli bir bölge için, bir başka kişi için ya da firma'ya kendisi adına franchise verme yetkisini tanımasıdır. Franchisor firma kendi ülkesi dışındaki ülkelerde tek tek franchise verme yerine, o ülke için bir Master Lisansör bulur ve o ülke içinde franchise verme yetkisini devreder. Bu yetkiyi içeren sözleşmeler master lisans bazen yalnız bir ülkeye değil, birkaç ülkeyi kapsayabilir.

18- Sub Franchising nedir?

Uydu şirkete, yani Franchisee'ye yerel veya bölgesel uygulama hakkı verilmesiyle, uydu şirketlerinin franchising sistemiyle dikey büyüme şeklinde çoğalmalarına "Sub-Franchising" denir.

19- Franchising sistemi ile bayilik arasındaki fark nedir?

Bayilik ile Franchising birbirinden farklı kavramlardır. Bayiler franchise olamıyorlar. Çünkü bayi kapısına kendi adını asıyor ve kendisinden para alınmıyor tersine, ona kar bırakılmaktadır. Bayi toptancıdan kendi adına aldığı malı müşteriye satan, tamamen bağımsız üçüncü şahıs veya diğer bir deyişle üretici ile tüketici arasındaki aracıdır. Franchisee ise isim hakkını satın aldığı markanın çatısı altında belli bir ürün veya hizmeti, belli standartlar çerçevesinde üreten veya pazarlayan yatırımcıdır. Franchisee bayilikten farklı olarak markayı kullanmak için

başlangıçta ve/veya franchising sözleşmesi boyunca bir bedel öder. Franchise alan ulusal reklam ve tanıtım kampanyalarına mali olarak katılır. Franchise işletmeler gerek iş yerinin görüntü ve dekorasyonu olarak, gerekse işletmecilik prensipleri açısından birbirinin tıpatıp aynıdır. Franchising sözleşmelerinde bayiliklerin aksine markayı kullanma süresi ve kullanma yetki alanı (yalnız bir mahal ve bölge) yer alır. Franchise ilişkisi, ana şirket-bayilik ilişkisi ile karşılaştırıldığında çok daha hassastır. Bağımlılık ve bağımsızlık kriterleri açısından incelendiğinde her ne kadar franchisee'nin kendini bağımsız olarak hissetmesi istense de (ki büyük ölçüde böyledir) bayi ile karşılaştırıldığında bayi çok daha bağımsızdır. Bayi seçiminde bayinin sahip olduğu dükkan veya iş yeri bayinin mali gücü gibi kriterler önem kazanırken, franchisee seçiminde şahsın kişisel özellikleri ve iş tecrübesi ön plana çıkar.

20- Franchising sisteminin acentelikten farkı nedir?

Acenteliğin, franchising sisteminden farkı ise; TTK'nun 116-134 maddelerine göre "Acente ana firma hesabına kendi adına ticaret yapar. Ana firmanın Türkiye'de şubesi yoksa ana firma adına da yapılabilir. Ana firma adına hak koruma amacı ile hareket eder, dava açar, kendisine dava açılır, para tahsil edemez (özel izin gerekir), mukavele yapamaz (özel izne tabi), piyasa hakkında ana firmaya bilgi verir, alım satım dışında yaptığı hizmetler karşılığını ana firmadan isteyebilir." şeklinde tanımlanıyor. Ayrıca acentelikte, marka ve isim birliği bulunmuyor, destek sadece mal ve bölge ile sınırlı kalıyor. Satış veya cirodan bedel ödenmesi de söz konusu değil, ağırlıklı olarak ticari aracılık ve ilgili muamelelerin takibinden oluşuyor, yani acente franchise şartlarının hiçbirini taşıyor.

21- Dünya'da franchising sisteminin yasal yönden tanımlanması nasıl yapılmaktadır?

Franchise'in yasal düzenlenmesi ülkeden ülkeye farklılıklar göstermektedir. Bu açıdan uygulamayı iki ana grupta toplamak mümkündür. ABD başta olmak üzere, bazı ülkelerde franchising ayrıntılı biçimde yasal düzenlemelere konu olmuştur. Bunun için ABD'de ayrı bir Franchise Yazısı (Franchise Investment Law) ve Ticari Düzenleme Kuralları (Trade Regulation Rules) mevcuttur. Böylece franchise bu ülkede federal devletin ve eyaletin koyduğu sıkı kurallara göre yürütülür. Daha çok Kara Avrupa'sında, bu konu yeni olduğu için yasal düzenleme yoluna gidilmemiştir ve franchising uygulaması genel hukuk düzeni içinde yürütülmeye çalışılmıştır. Avrupa franchise faaliyetlerinin ABD'deki seviyeye ulaşması için uzun bir yol kat edilmesi gerektiğini göstermektedir. Ancak günümüzde, Avrupa'daki franchising uygulamaları, ABD'deki franchisee benzer seviyede iken sahip olunmayan bilgi seviyesinden de yararlanma imkanına sahiptir. Her ülkede Ulusal Franchise Derneği kurulmuş ve bunlar daha sonra Uluslararası Franchise Derneği'nde (IFA) birleşmişlerdir. Ayrıca Avrupa Franchise Federasyonu (EFF) tüm ulusal birliklerce yerel şartlara adapte edilerek uygulanmak üzere gerekli ahlak kurallarını (Codes of Ethics) kabul etmiştir.

22- Franchising sisteminin istihdama etkileri nelerdir?

Türkiye'de işgücünün yaklaşık %8.4'ü işsizdir. Çalışanların %15.6'sı sanayide istihdam edilmektedir. Gelişmiş ülkelerde sanayi %16-20 arasında bir kesime iş verebilmektedir. Bu oran Japonya'da %23, Almanya'da %30'u bulmaktadır. Türkiye'de çalışanların %52'si tarım alanında istihdam edilmektedir. Gelişmiş ülkelerde bu oran %3-8 arasında değişmektedir. Türkiye'de iş gücünün yarısının tarımsal kesimde iş bulması gizli işsizliği ortaya çıkarmaktadır. İstihdamın asıl hizmet sektöründe yoğunlaşması gerekmektedir. Girişimcinin başladığı işi başaramaması sermayenin uçup gitmesine neden olmaktadır. Dolayısıyla bu istihdamı elde etmektedir. İşte burada franchising'in avantajı devreye giriyor ve girişimci hiç bilmediği bir konuda güvenle yatırım yapabiliyor. Sistem sayesinde aranan elemanların özellikleri tam anlamıyla tanımlanmaktadır, yapacağı işler talimatname olarak verilmektedir, benzeri iş yerinde iş başında eğitim verilebilmektedir. Eğitimsizlik oturmuş bir franchise işletmesi için sorun oluyor. Hizmetin kalitesi eleman değişikliklerinden en az seviyede etkilenmektedir. Ayrıca, iş pazarının durumu açısından yeni iş yerlerinin açılması, istihdam politikası bakımından önem taşımaktadır. Sürekli olarak yeni ürünler, hizmetler ve pazarlama stratejileri ortaya çıkmakta, bunlar sayesinde yeni istihdam olanakları ve dolayısıyla yeni talep yaratmaktadır.

23- Franchising ile ilgili bilgi alınabilecek kuruluşlar hangileri ve hizmetlerinin kapsamı nelerdir?

UFRAD- Franchising Derneği, Türkiye'de franchising sisteminin gelişmesi, sağlıklı bir şekilde yerleşmesi ve yürütülmesi, sisteme güven duyulmasını sağlamak amacı ile 1991 yılında kurulmuştur. UFRAD'ın amacı, franchising'in Türkiye'de doğru bir biçimde öğrenilmesini ve sağlıklı bir biçimde gelişmesini sağlamak, temel kuralları belirlemek ve uygulanmasını sağlamak, Türk hukuk sistemi içinde yerini bulması ve sisteme güven duyulması için gerekli çalışmaları yapmak ve sistemin gelişmesi için bilgi kaynakları oluşturmaktır.

DÜRÜSTLÜK ve AÇIKLIK İLKELERİ

UFRAD üyeleri, UFRAD'ın 1995 yılında kabul ettiği "Dürüstlük ve Açıklık İlkeleri"ne uymayı taahhüt etmiştir. Dürüstlük İlkeleri Avrupa devletlerindeki franchise verenlerin gönüllü olarak benimsediği temel ilkelerdir. Açıklık İlkeleri ise, ABD'de halen geçerli kanunlara göre, franchise almak isteyenlere verilecek olan bilgi paketini tanımlamaktadır. Üyeler hakkında UFRAD'a gelen şikayetler değerlendirilerek, gerekirse üye firmanın hatalı uygulaması sona erene kadar ismi listeden çıkartılır. Yani bir anlamda "Beyaz Liste" yapılmaktadır. Bu listedeki

firmaları yatırımcılar nezdinde avantajlı duruma getiriyor, listede yer almayanları aynı ilkeleri uygulamaya özendiriyor, yatırımcıları koruyor.

YASAL ÇERÇEVE

UFRAD, ülkemizde franchising sisteminin güvenilir kalması için çalışmaktadır. Mevzuattaki eksikliklerin tamamlanması için yurt dışındaki uygulamaları izlemektedir. Kamu yetkileri nezdinde franchising'i ve ihtiyaçlarını tanıtmak için girişimlerde bulunmaktadır. Türkiye'de UFRAD üyesi olmayan franchise zincirleri de var. Bunların bir kısmı şimdilik franchise vermedikleri için UFRAD'a üye olamıyorlar, bir kısmı üyelik için başvurmamıştır, diğer bir kısmı da çeşitli nedenlerden dolayı üyelikten çıkartılmışlardır.

24- Dünya' da franchising sistemi ile ilgili örgütlenmeler nelerdir?

Franchising yapılan her ülkede yalnızca bir dernek kurulmuştur. 1995 sonu itibarıyla 36 ülkenin her birinde tek bir franchise derneği faaliyettedir. Bu ülkeler sırasıyla: Almanya, ABD, Arjantin, Avustralya, Avusturya, Belçika, Brezilya, Bulgaristan, Çek Cumhuriyeti, Çin, Danimarka, Endonezya, Finlandiya, Fransa, Güney Afrika, Hollanda, Hong Kong, İngiltere, İrlanda, İspanya, İsrail, İsveç, İtalya, Japonya, Kanada, Macaristan, Malezya, Meksika, Norveç, Polonya, Portekiz, Romanya, Singapur, Slovakya, Yunanistan. Franchising konusunda uluslararası örgütlerin en eskisi IFA (Uluslararası Franchise Derneği) ABD'de kurulmuştur. Amerika dışından franchise veren firmalardan 800 üyesi bulunmaktadır. Bütün ülkelerdeki dernekler, UFRAD da dahil olmak üzere IFA'da kardeş dernek statüsündedir.

Avrupa'daki franchise derneklerinin üst kuruluşu ise EFF-Avrupa Franchise Federasyonudur. UFRAD'ın EFF'ye üye olabilmesine izin veren Bakanlar Kurulu kararı çıkmış, üyelik için başvurulmuş, işlemleri halen sürmektedir. Her ülkede yalnızca bir tek derneğin olması, franchise derneklerine bir takım fonksiyonlar yüklemiştir. Devletten beklenecek hizmetlerin bir kısmını da bu dernekler üstlenmişlerdir. Örneğin EFF, "Dürüst Franchise İlkeleri" ile uygulamaya belli standartlar getirmiş ve üyelerinin uymasını zorunlu tutmuştur. ABD'deki ve Kanada'daki derneklerde kendi üyelerine yönelik benzeri ilkeler getirmişlerdir.

Franchise Konusunda bilgi ve istatistiklerin toplanma yeri de dernek olmaktadır. Araştırmacılar ve yatırımcılar aradıkları bilgileri derneklerden edinmektedirler. Dernekler fuar düzenlenmesinde de öncü rol oynamaktadır.

Markalaşmış ürün ya da hizmet, yatırımın başarı şansını yükseltir. Franchising bilginin ve birikimin küçük yatırımcılara aktarımı demektir. Franchising yatırımcıların kendi işlerinin sahibi olmak demektir. Küçük yatırımlarınızı değerlendireceğiniz en iyi sistem franchisingdir.

AMAÇLARI

Ufrad Franchising Derneği – UFRAD tüm dünyadaki benzerleri gibi franchise-veren (franchisor) firmaları bünyesinde toplayan bir kuruluş. Ufrad Franchising Derneği'nin ana amacı, franchising'in Türkiye'de doğru bir biçimde öğretilmesini, sağlıklı bir biçimde gelişmesini sağlayabilmek, temel kuralları belirlemek ve uygulanmasını sağlamak, franchising'in Türk hukuk sistemi içindeki yerini bulması için gerekli çalışmaları yapmak ve sistemin geliştirilmesi için bilgi kaynakları oluşturur.

ÜYESİ OLDUĞU KURUMLAR

WFC (World Franchise Council - Dünya Franchise Konseyi)

EFF (European Franchise Federation - Avrupa Franchise Federasyonu)

IFA (International Franchise Association - Uluslar arası Franchise Derneği)

APFC (Asia Pasific Franchise Confederation – Asya Pasifik Franchise Konfederasyonu)

ÜYELİK

Derneğin Asıl, Aday ve Destekçi olmak üzere üç tür üyesi var. Franchise vermek isteyen her firma Aday Üye olabiliyor. Asıl Üye olabilmek için; en az iki yıldır franchise veriyor ve en az iki franchise vermiş olması gerekiyor. Yabancı bir zincirin Türkiye hakları alan firmalarda bu süre 6 aya iniyor. Bu şartları sağlayanlar uzmanlar tarafından yapılan sistem kontrolünden geçiyor ve sistemleri uygun bulunursa Asıl üye oluyorlar. Destekçi üyeler franchise sektörüne tedarikçi olarak katılanlar veya yararı olan kişi ve kuruluşlar.

HİZMETLERİ

Ülkemizin ekonomik politikasıyla ilgilenen kişilere; özellikle esnaf ve sanatkarlara, özel girişimcilere, serbest meslek mensuplarına, özel ve kamu kesiminde çalışan yöneticilere hitap ediyor. Ekonomik (sınai, ticari, mali) ve sosyal konulara yönelik sorunların çözümünde gerekli araştırmaları yapıyor, yaptırıyor. Bülten, bildiri, gazete, dergi gibi yayın faaliyetlerinde bulunuyor. Bilgi akışını; franchising sektörünün ekonomik ve hukuksal sorunlarını, gelişmelerini düzenli olarak yayınladığı haber bültenlerinde bilgi servis ağı ile sağlıyor. İşletme sistemi sahibi franchise-veren firmaların ilgi alanlarını politik ve ekonomik arenada ve kamuoyunda ilgili çevrelere yansıtıyor. Yerli franchise sahibi firmaların, yatırımlarını yurtdışı pazarlara taşımasında ilişkileri kuruyor, sürekli destek yaratıyor.

FAALİYETLERİ

Bilgi kaynaklarını sürekli kamuoyuna açıyor. Anadolu şehirlerinde Ticaret ve Sanayi Odaları'nda eğitim çalışmaları ve seminerler düzenliyor. Ticaret odalarına temsilcilik vermek yoluyla hizmetlerini Anadolu'ya ulaştırıyor. Üniversite bünyesinde ve uzman kuruluşlarla işbirliği içinde franchise veren firma yöneticilerine ve franchise alan girişimcilere yönelik seminerler düzenliyor. Sektör yuvarlak masa toplantıları düzenliyor. Franchising sektörünü konu alan televizyon programlarına destek veriyor ve düzenliyor. 1993 yılından bu yana Franchising Fuarlarına destek veriyor. Danışma Kurulu vasıtasıyla franchise ihtilaflarını Türk Hukuku ve Uluslararası Franchise İlkeleri doğrultusunda inceliyor. Franchise Dünyası ve Franchise Rehberi dergilerinin sahibi olarak yayınlıyor.

YÖNETİM KURULU

Başkan: Prof. Dr. Mustafa Aydın

Başkan Yrd: Osman Faik Bilge

Genel Sekreter: Alpay Erüs

Üye: M. Nezi̇ Emek

Üye: Özgür Çetinkaya

Üye: Mustafa Cem Helvacı

Üye: Kemal Yardımcı

Üye: Süleyman Tarakçı

Üye: Erol Işık

Üye: Ercan Yılmaz

Üye: Kemal Karadağ

Üye: Özgen Kart

Üye: Çiğdem Makıroğlu

Üye: Bülent Güngör

DERNEK GENEL MERKEZİ

Beşyol Mah. İnönü Cad. A blok No:40
Kat:7 Sefaköy - Küçükçekmece / İST.
Telefax : +90 212 599 17 84 / +90 532 405 28 83
Website : www.ufrad.org.tr
E-mail : info@ufrad.org.tr

DÜRÜSTLÜK İLKELERİ

EFF. European Franchise Federation İlkeleri aynen kabul edilmiştir.

BÖLÜM 1: TANIM

Franchising; bir mal ve/veya hizmet ve/veya teknoloji pazarlama yöntemidir. Yasal ve finansal açıdan ayrı ve bağımsız kuruluşlar olan Franchisor ve Franchisee'nin aralarında kurdukları yakın ve sürekli işbirliğine dayanır. Bu ilişkide Franchisor, Franchisee'lerine bireysel olarak, işlerini Franchisor'un sistemine uygun olarak yürütme hak ve yükümlülüğünü verir. Franchisee, doğrudan veya dolaylı bir mali bedel karşılığında Franchisor'un ticari adını ve /veya ticari markasını, know-how'ını, iş görme ve teknik yöntemlerini, iş görme sistemini ve diğer sınai ve/veya fikri mülkiyet haklarını kullanma hak ve zorunluluğunu, taraflar arasında bu amaçla yapılan yazılı bir franchise anlaşmasının süresi ve kapsamı içinde devamlı olarak alacağı ticari ve teknik destek ile üstlenir.

BÖLÜM 2: YÖNLENDİRİCİ İLKELER

2.1. Franchisor, kendisi ve Bireysel Franchisee'lerinden oluşan franchise sisteminin kurucusu ve uzun vadeli koruyucusudur.

2.2. Franchisor' un Yükümlülükleri;

Franchisor aşağıdaki şartları yerine getirmelidir:

(a) Bir iş sistemini franchise zinciri haline getirmeden önce, makul bir süre boyunca ve en azından bir örnek işletmede işini başarıyla yürütmüş olmalıdır.

(b) Zincirin isim, marka ve diğer ayırt edici özelliklerinin sahibi olmalı veya yasal olarak kullanım hakkına sahip olmalıdır.

(c) Anlaşma süresince Bireysel Franchisee'ye başlangıçtaki eğitimi ve sürekli ticari ve/veya teknik desteği vermelidir.

2.3. Bireysel Franchisee'nin Yükümlülükleri;

Bireysel Franchisee aşağıdaki şartları yerine getirmelidir;

(a) Franchise işletmesinin gelişmesi ve franchise sisteminin ortak kimliği ve saygınlığının korunması için azami gayreti göstermelidir.

(b) Franchisor'un verimli yönetimi için, Franchisee'nin performansının ve mali durumunun belirlenmesini kolaylaştıracak doğrulanabilir işletme bilgilerini vermelidir. Franchisor'un talebi üzerine, Franchisor'un ve/veya temsilcisinin, bireysel Franchisee'nin işletme kayıtlarında makul zamanlarda araştırma ve çalışmasına izin vermelidir

(c) Anlaşma süresince ve bitiminden sonra Franchisor'un verdiği know-how'ı üçüncü şahıslara açmamalıdır.

2.4. Her İki Tarafın Sürekli Yükümlülükleri;

Taraflar birbirleriyle ilişkilerinde dürüst davranmalıdırlar. Franchisor anlaşmasının her ihlalinde Bireysel Franchisee'sini yazılı olarak ikaz etmeli ve kusurun giderilmesi için makul süre tanımalıdır. Taraflar şikayet, tasa ve anlaşmazlıklarını samimiyet ve iyi niyet ile; dürüst ve makul temas, doğrudan temas ve müzakere ile çözmelidir.

BÖLÜM 3: FRANCHISEE BULMA, REKLAM VE BİLGİLENDİRME

3.1. Bireysel Franchisee bulmaya yönelik reklamlar belirsiz ve yanıltıcı olmamalıdır.

3.2. Bireysel Franchisee'nin gelecekteki olası sonuçlar, rakamlar ve kazançlarına ilişkin doğrudan veya dolaylı bilgi içeren, franchisee arama, reklam ve tanıtım malzemeleri tarafsız olmalı, yanlış ve yönlendirici olmamalıdır.

3.3. Bireysel Franchisee adaylarının her tür bağlayıcı belgeye tam bilgilendirilmiş olarak katılabilmeleri için onlara işbu Dürüst Franchise İlkeleri'nin güncel bir kopyası ve franchise ilişkisi hakkındaki tüm bilgiler, tam ve doğru olarak, yazılı halde, bağlayıcı belgelerin yürürlüğe girmesinden makul bir süre önce verilmelidir.

3.4. Bir Franchisor, Bireysel Franchisee adayının bir ön anlaşma imzalamasını şart koşarsa, aşağıdaki ilkeler kabul edilmelidir.

o Herhangi bir ön anlaşma imzalanmadan önce, ön anlaşmanın amacı, ön anlaşma süresince ve ön anlaşma nedeni ile doğacak masraflar için Franchisor'dan ödemesi istenebilecek karşılıklar Bireysel Franchisee adayına yazılı olarak verilmelidir. Franchisee anlaşması yürürlüğe girdiğinde söz konusu ödemeler geri verilmeli veya

Bireysel Franchisee'nin ödeyeceği olası başlangıç bedeline sayılmalıdır.

o Ön anlaşmanın geçerli olacağı süre ve bitiş şekli belirtilmelidir.

Franchisor kimliğini ve know-how'ını korumak amacı ile gizlilik ve rekabeti önleyici maddeler ekleyebilir;

(a) Herhangi bir ön anlaşma imzalanmadan önce, ön anlaşmanın amacı, ön anlaşma süresince ve ön anlaşma nedeniyle doğacak masraflar için Franchisor'dan ödemesi istenebilecek karşılıklar Bireysel Franchisee adayına yazılı olarak verilmelidir. Franchise anlaşması yürürlüğe girdiğinde söz konusu ödemeler geri verilmeli veya Bireysel Franchisee'nin ödeyeceği olası başlangıç bedeline sayılmalıdır.

BÖLÜM 4: BİREYSEL FRANCHISEE'NİN SEÇİMİ

Franchisor, Bireysel Franchisee olarak makul bir araştırma sonucu, franchise işini yürütmeye, yeterli temel yeteneklere, eğitime, kişisel niteliklere ve finansal kaynaklara sahip olduğu anlaşılan kişileri seçmeli ve kabul etmelidir.

BÖLÜM 5: FRANCHISE ANLAŞMASI

5.1. Franchise anlaşması, ülke hukukuna, Avrupa Birliği hukukuna ve işbu

Dürüst Franchise İlkeleri'ne ve onun her türlü ülkesel ekine uygun olmalıdır.

5.2. Anlaşma, Franchisor'un sinai ve fikri mülkiyet haklarını koruma ve ortak kimliği ve saygınlığı sürdürme konusunda franchise zinciri mensuplarının çıkarlarını yansıtmalıdır. Franchise ilişkisiyle bağlantılı tüm anlaşmalar ve anlaşmaya bağlı düzenlemeler yazılı olmalı, Franchisee'nin bulunduğu ülkenin resmi dilinde yapılmalı veya yeminli tercüman kanalıyla resmi diline çevrilmelidir. İmzalanan anlaşmalar derhal Bireysel Franchisee'ye verilmelidir.

5.3. Franchise anlaşması, belirsizliğe yer vermeden, tarafların karşılıklı yükümlülük ve sorumluluklarını ve ilişkiyi ilgilendiren diğer tüm hususları düzenlemelidir.

5.4. Antlaşmada mutlaka yer alması gereken önemli konular şunlardır;

- (a) Franchisor'a tanınan haklar
- (b) Franchisee'ye tanınan haklar
- (c) Bireysel Franchisee'ye sunulacak olan mal ve hizmetler
- (d) Franchisor'un yükümlülükleri
- (e) Bireysel Franchisee'nin yükümlülükleri
- (f) Bireysel Franchisee'nin yapacağı ödemelerin şartları
- (g) Bireysel Franchisee'nin ilk yatırımını çıkartmasına yetecek uzunlukta olması gereken anlaşma süresi
- (h) Antlaşmanın yenilenme şartları
- (i) Bireysel Franchisee'nin franchise işini devir ve satışına hak tanıyan şartlar ve Franchisor'ın olası ilk alım hakkı
- (j) Bireysel Franchisee'nin Franchisor'un ayırt edici işaret, ticari ad, ticari marka, hizmet markası, dükkan tabelaları, logo ve diğer ayırt edici belirtilerini kullanma şartları
- (k) Franchisor'un franchise sistemini yeni ve değişen yöntemlere uydurabilme hakkı
- (l) Antlaşmanın sona ermesinin şartları
- (m) Antlaşmanın sona ermesinin akabinde Franchisor'a veya başka kişilere ait maddi ve gayrimaddi şeylerin teslim şartları

BÖLÜM 6: DÜRÜST FRANCHISE İLKELERİ VE MASTER FRANCHISE SİSTEMİ

İşbu Dürüst Franchise İlkeleri, Franchisor ile Bireysel Franchisee'leri arasındaki ilişkide ve aynı şekilde Master Franchisee ile Bireysel Franchisee'leri arasındaki ilişkide uygulanmalıdır. Franchisor ile Master Franchisee arasındaki ilişkide uygulanmamalıdır.

AÇIKLIK İLKELERİ

A.B.D. Federal Trade Commission ve North American Securities Administration tarafından hazırlanan Uniform Franchise Offering Circular metni esas alınarak hazırlanmıştır.

1. Franchise Veren Hakkında Bilgiler;

Bu bölüm franchise veren ana firma veya Türkiye temsilcisinin tam adı, adresi, statüsü (anonim, limited, ortaklık

veya gerçek kişi) ve faaliyet konusunu içerir. Ayrıca firmanın bu faaliyet konusunda ne kadar süredir franchising sistemi ile isim hakkını sattığı belirtilmelidir.

2. Franchise Veren Firmanın Yöneticileri ve Yönetim Kurulu Üyelerinin İsimleri ve İş Tecrübeleri;

Bu bölümde şirket sorumlularının (genel müdür, genel müdür yardımcıları, finans-pazarlama-egitim-iletme-franchise ilişkileri bölüm müdürleri) son 5 yılı kapsayan iş tecrübeleriyle ilgili bilgiler bulunur. Çalıştıkları yer, konu ve işveren bu çalışmanın bir parçası olarak belirtilmelidir. Ayrıca, eğer firma bölge temsilcisi veya franchise komisyoncusu kullanıyorsa, bu şahıslarla ilgili bilgilerde verilmelidir.

3. Dava Kayıtları;

2. maddede belirtilen kişilerin veya franchise verenin son 10 yılda taraf olduğu tüm hukuki davalar bu bölümde belirtilir.

4. Konkordato veya İflas Geçmiş;

Franchise verenin veya yöneticilerinin (genel müdür, genel müdür yardımcıları, ve yönetim kurulu üyeleri) son 15 yılda yaşadıkları iflas ve konkordato bu bölümde belirtilmelidir.

5. Franchise Sisteminin Tanımı;

Bu bölümde franchise veren ürün ağını, içinde bulunduğu sektörü ve pazarı somut bir şekilde anlatmalıdır.

6. Franchise Alanın İlk Yatırımı;

Franchise veren, franchise alanın franchise hakkını alması ve işletmeyi kurması için gerekli tüm yatırım miktarını, ödeme şeklini, ödeme zamanını ve yatırımın iade edilebilir kısmını açıklamalıdır. Ayrıca, tavsiye edilen işletme sermayesinde bu bölümde belirtilmelidir. Her franchise alandan aynı franchise ücreti alınıp alınmadığı, alınmıyorsa bu ücretin belirlenmesinde kullanılan yöntem ve formülün açıklanması gerekir. Franchise veren aldığı parayı genel anlamda ne amaçla kullandığında belirtmelidir.

7. Tekrarlanan Ödemeler;

Franchise verene ödenecek tüm dönemsel ödemeler belirtilmelidir. Bunlar leasing, royallite, reklam fonu ve kira gibi ödemelerdir.

8. Belirtilen veya Onaylanan Kaynaklardan Belirli Özellikler Dahilinde Alışveriş Zorunlulukları;

Franchise veren franchise alana bu tür zorunluluklar getiriyorsa, hangi satıcıları, hangi amaçla kullanacağını ve bu satıcılarla kendisinin bir iş ilişkisi bulunup bulunmadığını açıkça belirtmelidir. Franchise veren franchise alanın satın alması, kiralaması veya finansal kiralaması gereken tüm ekipmanı, envanteri, tabela ve diğer hizmet ve malzemelerin listesini, bunlar için uygulanan özellik ve zorunluluklarla birlikte açıklamalıdır.

9. Finansman Paketi;

Franchise veren, finansman konusunda franchise alana sağlayacağı veya aracı olacağı tüm yardımları detay ile burada anlatır.

10. Franchise Veren Franchise Alana Karşı Sorumlulukları;

Franchise verenin franchise alana açılış öncesi ve sonrası yapacağı tüm yardımlar, sağlayacağı hizmet ve sorumluluklar bu bölümde somut olarak açıklanır. Verilecek eğitim, eğitimin süresi ve yer seçiminde gösterilecek yardım açıklanmalıdır.

11. Satış ve Korumalı Bölgeye Uygulanan Kısıtlamalar ve Yasaklar;

Franchise alanın satacağı ürün ve hizmetlerin ve satış yapabileceği coğrafi bölgenin tanımı bu bölümde yapılır. Uygulanan her kısıtlama için bir açıklama getirilmelidir. Ayrıca, franchise alana verilen bölgenin korunması için gerekli bir satış hacmi var ise önceden belirtilmelidir.

12. Tescilli Tüm Ticari Marka, Logo, Sembol ve İsimler ile İlgili Bilgi;

Tescilli tüm trademark, logo, sembol ve isimler ile ilgili tüm bilgilerin bu bölümde franchise alana verilmesi gerekir. Eğer herhangi bir hususta hukuki bir problem varsa ayrıca açıklanmalıdır.

13. Patent ve Copyright;

Tescilli tüm patent ve copyrightlar ile ilgili bilgilerin bu bölümde franchise alana verilmesi gerekir.

14. Franchise Alanın İşletmesinde Kendisinin Bulunma Zorunluğu;

Franchise alanın katılımı zorunlu ise, yapması gereken tüm katılım aktiviteleri ve işletme sorumlulukları belirtilmelidir.

15. Franchise Anlaşmasının İptali, Değiştirilmesi, Devri, Tekrar Satın Alınması, Uzatılması;

Bu türlü durumlarda franchise alanın ve franchise verenin yapması gerekenler, hakları ve sorumlulukları açıklanmalıdır.

16. İstatistik Bilgiler;

Franchise veren franchise alanlara ve kendisine ait kaç tane işletmeye sahip olduğunu bildirmek zorundadır.

Ayrıca franchise verilmiş fakat henüz açılmamış işletmelerin sayısı ve gelecek bir yıl içinde kaç tane franchise satılması hedeflendiğini de bildirmelidir. Son üç yıl içinde kaç tane anlaşmanın feshedildiği, yenilediği veya değiştirildiğini bildirmelidir.

17. Ünlülerin Sistem İçinde Varlığı;

Eğer toplum tarafından ünlü bir kişi franchise sistemi ile ilgili bir faaliyette bulunuyorsa, ilişkinin türü ve şekli açıklanmalıdır.

18. Franchise Verenle İlgili Mali Bilgiler;

Yıllık bilançolar ve ödenen vergilerin franchise alana bu bölümde verilmesi gerekir.

19. Dökümanlar;

Örnek franchise anlaşması ve diğer imzalanması gereken kontratların örnekleri franchise bilgi paketinin bir parçası olarak verilmelidir.

20. Teyid;

Franchise alanın franchise bilgi paketini aldığına dair imzalayacağı bölümdür. Bir adet koparılabilir sayfeden ibaret olan bu bölüm; franchise veren için franchise bilgi paketini verdiğinin kanıtıdır.

AIMS

Similar to the other franchise associations, Turkish Franchise Association (UFRAD), is organisation formed by the franchisors. Its main target is to develop and continuously improve standards of good practice in franchising in Türkiye, to determine basic principles; to develop its position in Turkish Law and provide necessary information about the system.

INTERNATIONAL MEMBERSHIPS

UFRAD is a member of WFC World Franchise Council, EFF European Franchise Federation, IFA International Franchise Association and APFC – Asia Pasific Franchise Confederation.

Memberships

UFRAD has three kind of members: Full members are selected with a system check performed by UFRAD experts, out of franchisors which have at least two franchisees and give franchise at least since two years. Until becoming a full member, any franchisor may be Candidate member of UFRAD. Supporting members are suppliers, researchers, consultants of franchise industries.

SERVICES

To address to people interested in our National economy, tradesmen, entrepreneurs, managers of both private and public sector. To make directly or indirectly necessary research on the analysis of economical and social problems. Publishing to promote franchising, such as bulletin, magazines, newspaper. To provide continuous information network through the bulletins about the economical and legal problems of franchising and the recently development concerning them. To promote the franchisors and their concepts to the general public in the political and economical arena. To provide necessary relations and support for the National franchisors in international markets.

ACTIVITIES

To provide continuous information to the general public. To arrange workshops and seminars at the Chambers of Commerce and Chambers of Industry in Anatolian part of Türkiye. To arrange at association's main office, at least two seminars every month to the entrepreneurs recently taken franchise. To provide support and organise television programs about franchising. To support the Franchising Exhibition held every year in September or October. To publish monthly bulletin free of charge and send them to two thousand addresses. Through the Consultancy Committee, to examine the franchise disputes on the basis of Turkish Law and International Franchise Principles. To support the Turkish Franchise Magazine.

BOARD OF DIRECTORS

President: Prof. Dr. Mustafa Aydın

Vice President: Osman Faik Bilge

Secretary General: Alpay Erüs

Member: M. Nezi̇ Emek

Member: Özgür Çetinkaya

Member: Mustafa Cem Helvacı

Member: Kemal Yardımcı

Member: Süleyman Tarakçı

Member: Erol Işık

Member: Ercan Yılmaz

Member: Kemal Karadağ

Member: Özgen Kart

Member: Çiğdem Makıroğlu

Member: Bülent Güngör

GENERAL CENTER

Address: Beşyol Mah. İnönü Cad. A blok No:40

Kat:7 Sefaköy - Küçükçekmece / İST.

Telefax : +90 212 599 17 84 / +90 532 405 28 83 • Website : www.ufrad.org.tr • E-mail: info@ufrad.org.tr

UFRAD CODE OF ETHICS

Code of Ethics are adopted exactly from European Franchise Federation (EEF)

1. DEFINITION FOR FRANCHISING

Franchising is a system of marketing goods and /or services and/or technology, which is based upon a close and ongoing collaboration between legally and financially separate and independent undertakings, the Franchisor and its Individual Franchisees, whereby the Franchisor grants its Individual Franchisees the right, and imposes the obligation, to conduct a business in accordance with the Franchisor's concept. The right entitles compels the individual Franchisee, in exchange for a direct or indirect financial consideration, to use the Franchisor's trade, name, and/or trade mark and/or service mark, know-how, business and technical methods, procedural system, and other industrial and/or intellectual property rights, supported by continuing provision of commercial and technical assistance, within the framework and for the term of a written franchise agreement, concluded between parties for this purpose.

2-GUIDING PRINCIPLES

2.1. The Franchisor is the initiator of a franchise network, composed of itself and its Individual Franchisees, for which the Franchisor is the long-term guardian.

2.2. The Obligations of the Franchisor;

The Franchisor shall

- a) have operated a business concept with success, for a reasonable time and in at least one pilot unit before starting its franchise network;
- b) be the owner, or have legal rights to the use, of its network's trade name, trade mark or other distinguishing identification;
- c) provide the Individual Franchisee with initial training and continuing commercial and/or technical assistance during the entire life of the agreement.

2.3. The Obligations of the Individual Franchisee;

The Individual Franchisee shall

- a) devote its best endeavours to the growth of the franchise business and to the maintenance of the common identity and reputation of the franchise network;
- b) supply the Franchisor with verifiable operating data to facilitate the determination of performance and the financial statements necessary for effective management, and allow the Franchisor, and/or its agent, to have access to the Individual Franchisee's premises and records at the Franchisor's request and at reasonable times,
- c) not disclose to third parties the know-how provided by the Franchisor, neither during nor after termination of the agreement.

2.4. The Ongoing Obligations of Both Parties

Parties shall exercise fairness in their dealings with each other. The Franchisor shall give written notice to its Individual Franchisees of any contractual breach and, where appropriate, grant reasonable time to remedy default. Parties should resolve complaints, grievances and disputes with good faith and goodwill through fair and reasonable direct communication and negotiation.

3. RECRUITMENT, ADVERTISING AND DISCLOSURE

3.1. Advertisement for the recruitment of Individual Franchisees shall be free of ambiguity any misleading statements.

3.2. Any recruitment, advertisement and publicity material, containing direct or indirect references to future possible results, figures or earnings to be expected by Individual Franchisees, shall be objective and shall not be misleading.

3.3. In order to allow prospective Individual Franchisees to enter into any binding document with full knowledge, they shall be given a copy of the present Code of Ethics as well as full and accurate written disclosure of all information material to the franchise relationship, within a reasonable time prior to the execution of these binding documents.

3.4. If a Franchisor imposes a Pre-contract on a candidate Individual Franchisee, the following principles should be respected:

- prior to the signing of any pre-contract, the candidate Individual Franchisee should be given written information on its purpose and on any consideration that may be required to pay to the Franchisor to cover the latter's actual expenses, incurred during and with respect to the pre-contract phase; in the Franchise agreement is executed, the said consideration should be reimbursed by the Franchisor or set off against a possible entry fee to be paid by the Individual Franchisee.
- The pre-contract shall define its term and include a termination clause.
- The Franchisor can impose non-competition and/or secrecy clauses to protect its know-how and identity.
- a) Before signing any precontract, the aim of the precontract, payments wanted from the Franchisor due to the expenses during the precontract and expenses due to precontract should be given to the individual Franchisee candidate in written form. When Franchise treaty took into effect, the stated payments should either be given back or counted for the possible payment for the entrance price, which will be paid by the individual Franchisee.

4. SELECTION OF INDIVIDUAL FRANCHISEES

A Franchisor should select and accept as individual Franchisees only those who, upon reasonable investigation, appear to possess the basic skills, education, personal qualities and financial resources sufficient to carry on the franchise business.

5. THE FRANCHISE AGREEMENT

5.1. The Franchise agreement shall comply with the National Law, European Community Law and this Code of Ethics and any national Extensions thereto.

5.2. The agreement shall reflect the interest of the members of the franchised network in protecting to Franchisor's industrial and intellectual property rights and in maintaining the common identity and reputation of the franchised network. All agreements and all contractual arrangements in connection with the franchise relationship shall be written in or translated by a sworn translator into the official language of the country the Individual Franchisees, is established in, and signed agreements shall be given immediately to the Individual Franchisee.

5.3. The Franchise agreement shall set forth without ambiguity, the respective obligations and responsibilities of the parties and all other material terms of the relationship.

The essential minimum terms of the agreement shall be the following:

- o The rights granted to the Franchisor;
- o The rights granted to the Individual Franchisee,

- o The good and/or services to be provided to the Individual Franchisee;
- o The obligations of the Franchisor;
- o The obligations of the Individual Franchisee;
- o The terms of payment by the Individual Franchisee;
- o The duration of the agreement which should be long enough to allow Individual Franchisees to amortise their initial investments specific to the franchise;
- o The basis for any renewal of the agreement;
- o The term upon which the Individual Franchisee may sell or transfer the franchised business and the Franchisor's possible pre-emption rights in this respect;
- o Provisions relevant to the use by the Individual Franchisee of Franchisor's distinctive signs, trade name, trade mark, service mark, store sign, logo or other distinguishing identification;
- o The Franchisor's right to adapt the franchise system to new or changed methods;
- o Provisions for termination of the agreement;
- o Provisions for surrendering promptly upon termination of the franchise agreement any tangible and intangible property belonging to the Franchisor or other owner thereof.

6. THE CODE OF ETHICS AND THE MASTER FRANCHISE SYSTEM

This Code of Ethics apply to the relationship between the Franchisor and its Individual Franchisees and equally between the Master Franchisee and its Individual Franchisees. It shall not apply to the relationship between the Franchisor and its Master Franchisees.

UFRAD, CODE OF OPENNESS

Code of Openness are adopted from Uniform Franchise Offering Circular regulations of USA

1. General Information about the Franchisor • This item covers the complete identity, addressee, statue of the legal entity and the subject of the business of the Franchisor or its representative in Türkiye. Also for how long Franchisor has conducted a business of the type to be franchised has to be declared. 2. Identity and Business Experience of the Board of the Directors and the Persons Affiliated with the Franchisor This covers the names, titles and 5-year employment histories of director, officers and supervisory-level employees of the Franchisor (General Manager, Vice Managers, Finance-Marketing-Training-Franchise Managers). If they have an area representative or a franchise broker, the same information must be provided also for them. 3. Litigation It is explained whether there have been any relevant convictions of findings of civil liability or any pending relevant administrative, criminal or material civil actions of the Franchisor or the persons mentioned in item 2 during prior 10 years. 4. Bankruptcy It is explained whether there are any past or pending bankruptcy proceedings of the Franchisor or the persons mentioned in item 2 during 15 years. 5. Definition of Franchise System In this them Franchisor has to explain the product and/or service network and the market it is involved. 6. Franchisee's Initial Investment Franchisor has to give all information regarding the franchise fee, initial investment amount, terms of payment an the conditions of the refundability of the investment. Also estimated business operation investment must be declared in this item. The method and formula of determining the franchise fee in the cases if it is variable must be explained. The use of the fee in general terms must be clarified by the Franchisor. 7. Other Monetary Obligations All terms of other payments to Franchisor; such as royalty, advertising fee, rent, leasing etc, must be clarified. 8. Obligations to Purchase in Accordance with Specifications from Designated Sources If there is such an obligation, the Franchisor must declare the designated approved suppliers and whether he has a relationship with them. The Franchisor must explain all the specifications and give a list of the equipment to be bought or rented or leaset and the necessary materials. 9. Financing arrangements All the assistance regarding the finance of the franchise, the Franchisor will directly or indirectly provide to the Individual Franchisee must be explained in thes item. 10. Obligations of the Franchisor All the obligations and services provided by the Franchisor prior the opening and during the operation; the assistance for site selection and terms of training must be explained in this section. 11. Territorial Rights The definition of the territory of which the Individual Franchisee provide goods and/or services has to be clarified. Explanation is needed for each restriction. The sales volume has to be declared for exclusive rights if it is needed. 12. Trademarks, Service Marks, Trade Names, Logotypes and Commercial Symbols The right to use all the registered Trademarks, Trade Names, Logotypes and Commercial Symbols must be given to the Individual Franchisee in this item. If there is any legal problem it has to be explained. 13. Patents and Copyrights The right to use all the copyrights and patents are material to the franchise must be given to the Individual Franchisee in this item. 14. Obligation of Franchisee to Participate in the Actual Operation of the Franchise Business If the Individual Franchisee is obliged to participate the conditions, responsibilities and activities must be clarified. 15. Renewal, Termination, Repurchase, Modification and Assignment of the Franchise Agreement All the rights and obligations of the Franchisor and the Individual Franchisee for mentioned cases of the Franchise Agreement must be explained in this part. 16. Statistics The Franchisor must provide to the Individual Franchisee, the necessary statistics regarding total franchises operating, total franchises signed but not started operatin, next fiscal year target for new franchises and total agreements cancelled during last 3 years. 17. The Product's Position in the Franchise System If a publicly well-known person is involved in the system, the relationship must be explained. 18. Financial Position of the Franchisor Annual balance sheets and information about the taxes paid must be given to the Individual Franchisee it this item. 19. Documents Samples of the franchise agreement and other related agreements must be given as a part of this offering circular. 20. Confirmation; It is the section for the man/woman, who purchases Franchise, to sign about the fact that he/she received franchise information package. This section is a one detachable page. It is a proof for the Franchise seller, that he/she gave the Franchise information package.

Argentina Franchise Association

Susana Perrotta
President
Phone: + (54-11).4311-4009 x 8107
<https://aamf.com.ar/>

Asia Pacific Franchise Confederation

Samie Lim
President
Phone: + (63-2) 687 0365 67
<https://franchise-apfc.org/>

Belgium Franchise Federation

Didier DEPNEY
President
Phone: + (32-2) 523-9707
<https://www.fbf-bff.be/>

Brazil Franchise Association

Mr André FRIEDHEIM
President
Phone: + (55 11) 3020-8800
<https://www.abf.com.br/>

British Franchise Association (BFA)

John Spencer
President
Phone: + 44 (0) 1235 820 470
<https://www.thebfa.org/>

Canadian Franchise Association (CFA)

Sherry McNeil
President
Phone: + 1 (416) 695 2896
<https://cfa.ca/>

China Chain Store & Franchise Association (CCFA)

Guo GEPING
President
Phone: + 86 (010) 6878 4930/1
<http://www.ccfa.org.cn/portal/cn/index.jsp>

Colfranquicias (CCF)

Francisco PAILLIE
President
Phone: +571 520042
<https://www.colfranquicias.com/>

Czech Franchise Association (CAF) Jan GONDA

President
Phone: + 420 222 513 691
<https://www.czech-franchise.cz/>

Franchise Denmark (FD)

Thomas HANKE
President
Phone: + 45 33300330

Egyptian Franchise Develop. Assoc. (EFDA)

Hatem ZAKI
President
Phone: (20-2) 3346-43 06
<https://www.efda.org.eg/>

European Franchise Federation (EFF)

Didier DEPRAY
President
Phone: (32-2) 520-1607
<https://eff-franchise.com/>

Federacion Iberoamericana de Franquicias Ibero – American Franchising Federation (FIAF)

Gabriel Grasiuso
President
<https://www.portalfiaf.com/>

Finnish Franchising Association (FFA)

Heidi Stirkinen
President
Phone: + 358-9-586 5847
<https://franchising.fi/>

Fédération Française de la Franchise (FFF)

M. Guy GRAS
President
Phone: + (33-1) 53-75-22-25
<https://www.franchise-fff.com/>

Greek Franchise Association (GFA)

Mr.Konstantinos Konstantinopoulos
President
Phone: +(30) 210 3225324
<https://www.franchise.org.gr/en/home/>

Guatemalan Franchise Association (AGF)

Juan Felipe Destarac
President
Phone: (502) 2244-3965
<https://guatefranquicias.org/>

Hong Kong Franchise Association (HKFA)

Mr Isaac LEE
President
Phone: + (852) 2529-9229
<http://www.franchise.org.hk/en/index.html>

Croatian Franchise Association FIP (CFA)

dr.sc. Ljiljana KUKEC, PhD
President
Phone: 0981697427
<https://www.fip.com.hr/>

Hungarian Franchise Association

Dr. Mihály Kupai
President
Phone: + (36 – 1) 391 73 13
<https://franchise.hu/>

Franchising Association of India (FAI)

Mr. Suresh MADHAVAN
President
Phone: + 91 98 20057519
<https://www.fai.co.in/>

Indonesian Franchise Association

Mr. Andrew NUGROHO
President
Phone: (6221) 7395 577
<https://www.franchiseindonesia.org/>

Italian Franchise Association (AIF)

Mr. Italo BUSSOLI
President
Phone: + 39 02.29.00.37.79
<https://www.assofranchising.it/>

Japan Franchise Association (JFA)

Isamu NAKAYAMA
President
Phone: + 81-3 5777-8701
<https://www.jfa-fc.or.jp/>

Korean Franchise Association (KFA)

Mr. Chung Hyun SIK
President
Phone: + 82-2 3471 8135
<http://www.ikfa.or.kr/>

Lebanese Franchise Association (LFA)

Mr. Yahya KASSAA
President
Phone: + 961 1 742 134
<https://www.lfalebanon.com/>

Malaysian Franchise Association (MFA)

Mr. Datuk Radzali HASSAN
President
Phone: (60-3) 2697-1557
<https://www.mfa.org.my/newmfa/>

Mexican Franchise Association (AMF)

Mr. Jacobo BUZALI
President
Phone: (52-2) 661 0655
<https://www.franquiciasdemexico.org.mx/>

Netherlands Franchise Association (NFV)

Mr. Boris VAN DER HAM
President
Phone: + (31-35) 624 23 00
<https://www.nfv.nl/>

Franchise Association of NZ (FANZ)

Dawn ENGELBRECHT
President
Phone: + (64-9) 274 2901
<https://franchiseassociation.org.nz/>

Philippine Franchise Association (PFA)

Ms. Sherill R. Quintana, CFE
President
Phone: + (63-2) 687 0365
<https://www.pfa.org.ph/>

Polish Franchise Organisation (PFO)

Ms. Monica DABROWSKA
President
Phone: +48 22 560 80 35
<https://franczyza.org.pl/>

Portuguese Franchise Association (APF)

Mr. Manuel ALVAREZ
President
Phone: + 351 969 105 891
<https://associacaofranchising.pt/>

Franchising and Licensing Association (Singapore)

Mr Andrew Khoo
President
Phone: + (65) 6333 0292
<https://flasingapore.org/>

Slovenian Franchise Association (SFA)

Mrs. Tamara BUHIN
President
Phone: + (386) 175 66 878 (I Pavlin)
<https://www.franchise-slovenia.net/>

Franchise Association of South Africa

Ms Pertunia Sibanyoni
President
Phone: + (27-11) 615 03 59
<https://www.fasa.co.za/>

Swedish Franchise Association (SF)

Mr. Mikael HOLMSTRAND
President
Phone: + (46) 709 93 66 50
<https://svenskfranchise.se/>

Association of Chain and Franchise Promotion Taiwan, (ACFPT)

Mr. Paul Wu
President
Phone: + (886)-2-2523-51118
<https://www.franchise.org.tw/government.php>

Turkish Franchise Association (UFRAD)

Prof. Dr. Mustafa AYDIN
President
Phone: +902125991784
<https://ufrad.org/>

Emirates Association for Franchise Development (FAD)

Mr. Mohamed HELAL AL-MUHAIRI
President
Phone: +971 2 6177 276
<https://ifce-ad.com/>

International Franchise Association (IFA)

Mr. Matthew HALLER
President
Phone: (1-202) 628 8000
<https://www.franchise.org/>

Cámara Venezolana de Franquicias (CVF)

Mr. Luis Vicente GARCIA
President
Phone: + (58-212) 992 3397
<https://profranquicias.org/>

Ödeme Deneyiminde Yeni Bir Zirve: Android Yazar Kasa POS Propay P1000 ECR

En güncel Android 13 işletim sistemi, 5 inç yüksek çözünürlüklü dokunmatik ekranı, 4 çekirdekli işlemcisi, 4G ve Wi-Fi bağlantısı ile hızlı, güvenli ve kesintisiz ödeme deneyimi sunar. İşletmenize değer katar.



Tüm Ödeme
Teknolojilerini
Destekler



Android 13
İşletim Sistemi



4G ve Wi-Fi ile Hızlı
ve Kesintisiz İletişim



5 inç HD Renkli
Dokunmatik Ekran



18 Banka ve
3 Yemek Kartı
Desteği



2.0 GHz CPU,
4 Çekirdek



Geniş Hafıza
32 GB



Güçlü Batarya
18,5W



**PROPAY 40 YILDIR
ESNAFIN YANINDA!**

propay
ödeme teknolojileri

0850 222 72 72

www.propay.com.tr

40 YILDIR
Sizin işiniz
Bizim işimiz!

GÜVEN VE KALİTENİN

LEZZET NOKTASI!



30 Yılı
Aşkın Tecrübe



2.000'den
Fazla Restoran



25.000'den
Fazla Çalışan



Türkiye'de Kurulu
Eşsiz Ekosistem



TAB



TM & © 2026 Burger King Company LLC. Burger King markası ve ambleminin tek hak sahibidir. Tüm hakları saklıdır. © 2026 Popeyes Louisiana Kitchen, Inc. All rights reserved. Tüm hakları saklıdır. Popeyes Louisiana Kitchen, Inc. Popeyes® markası ve ambleminin tek hak sahibidir. TM & © 2026 Arby's IP Holder, LLC. Tüm hakları saklıdır. Arby's IP Holder, LLC. Arby's markası ve ambleminin tek hak sahibidir. Subway®, Subway IP LLC. şirketinin tescilli ticari markasıdır. © 2026 Subway IP LLC. Tüm Hakları Saklıdır. © 2026 Sbarro, LLC. Tüm hakları saklıdır. Sbarro International, Sbarro markası ve ambleminin tek hak sahibidir. TAB Gıda, Usta Dönerci® markası ve ambleminin tek hak sahibidir. TAB Gıda, Usta Pideci® markası ve ambleminin tek hak sahibidir.