



## UFRAD 16. OLAĞAN GENEL KURUL TOPLANTISI İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ EV SAHİPLİĞİNDE GERÇEKLEŞTİRİLDİ

UFRAD 16<sup>TH</sup> ORDINARY GENERAL MEETING  
WAS HELD HOUSED BY  
ISTANBUL AYDIN UNIVERSITY



**UFRAD VE AZERBAIJAN  
FRANCHISING DERNEĞİ  
ARASINDA İŞ BİRLİĞİ  
PROTOKOLÜ İMZALANDI**  
MOU SIGNED BETWEEN  
UFRAD FRANCHISING  
ASSOCIATION AND  
AZERBAIJAN FRANCHISING  
ASSOCIATION

**UFRAD OCAK AYI YÖNETİM  
KURULU TOPLANTISI JAG CLUB  
EV SAHİPLİĞİNDE  
GERÇEKLEŞTİRİLDİ**  
UFRAD JANUARY BOARD  
MEETING WAS HOSTED  
BY JAG CLUB

**FRANCHISE DÜNYASI  
PROGRAMI  
YAYINA DEVAM  
EDİYOR**  
THE FRANCHISE DÜNYASI  
PROGRAM CONTINUES  
BEING BROADCAST

**UFRAD'IN DESTEKLEDİĞİ  
20. BAYIM OLUR MUSUN?  
FUARI GERÇEKLEŞTİRİLDİ**  
THE 20<sup>TH</sup> BE MY FRANCHISE  
FAIR SUPPORTED BY UFRAD  
WAS HELD IN 2022,  
OCTOBER 27-30



# Türkiye'nin En Avantajlı Franchise Sistemi

Mood'lu olmak yatırımcının da hakkı!



Şimdi Siz de Brew Mood'lu Olun!

Online Başvuru ve Franchise Kataloğu İçin

[www.brewmood.com.tr](http://www.brewmood.com.tr) [@brewmoodturkiye](https://www.instagram.com/brewmoodturkiye)

Aliye İzzet Begoviç Cad. Mansuroğlu Mah. 269/12 Sk. No:2/A  
Bayraklı/Izmir

Tel: 0 232 502 10 40 Fax: 0 232 502 17 43





# hot döner

YÜKSEK KAZANÇ  
FIRSATI İÇİN  
BAYİMİZ OLUN



Yatırımınız 18 Ayda  
Geri Döner!

**Franchise Bilgi Hattı:**

**0534 797 87 00**  
**0850 302 30 93**  
info@hotdoner.com-www.hotdoner.com



**YILIN LEZZET MARKASI  
HOT DÖNER**

Güçlü bir Türkiye için  
Türk markalarını seçin!...





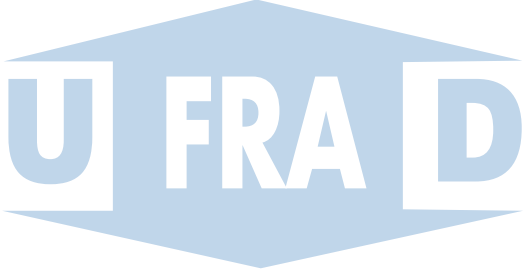
# Kendi işinizi kurmanın en akıllı yolu...

Kendi işinizi kurarken büyük düřünün,  
büyük bir markanın gücünden yararlanın.

Büyük bir marka çatısı altında, güvenli bir yatırım için Franchise Sistemine katılan girişimciler,  
dünyada önemli başarılar elde ettiler. Türkiye'de de pek çok sektörde ulusal ve uluslararası markalar,  
küçük ve orta ölçekli girişimcilere franchise vererek büyüyorlar.







**Doç. Dr. MUSTAFA AYDIN**  
**UFRAD Franchising Derneği**  
**Genel Başkanı ■ UFRAD President**



### Kıymetli Dostlarım,

Franchise Dünyası dergimizin yeni sayısında sizlerle buluşmanın gururunu taşıyoruz. Franchise sektöründeki en yeni gelişmeler ve haberler ile sizinle tekrar bir araya gelmenin sevinci ve heyecanı içerisindeyiz. Öncelikle şahsım ve yönetim kurulum ve tüm UFRAD üyeleri adına aziz ülkemize geçmiş olsun diyerek sözlerime başlamak isterim. Depremde hayatını kaybeden tüm vatandaşlarımıza Allah'tan rahmet diler, yaralılarımızı acil şifalar temenni ederiz. Hepimizin yüreklerini yakan afet bölgesine olan yardım faaliyetleri için UFRAD ailesi olarak AFAD ve Kızılay'la koordine içerisinde 24 saat çalışan depremezdelere destek ve koordinasyon merkezini ivedilikle oluşturduk. Öncelikle arama kurtarma ekipleri, iş makineleri, 894 ısıtıcı üretimi ve elektrik alt yapısı hizmeti, acil ihtiyaç malzemesi tırları, konaklama alanları, sahra hastaneleri ve seyyar mutfaklar oluşturulan başlıca ilk yardım desteklerimizdendir. Depremden etkilenen vatandaşlarımıza barınma ve yiyecek desteği sağlamak için tüm kurum ve kuruluşlarımız kapılarını açtı. En temel ihtiyaç olan gıda ağırlıklı çalışmalarımızda, fast food zincirlerimiz menü dağıtımlarını tüm afet bölgesindeki ihtiyaç noktalarına ulaştırdılar. Sıcak çorba ikramından, kuru gıdaya, gerekli tüm gıda malzemelerini, tüm üye markalarımız canla başla çalışarak afet bölgelerine ilettiler. Gıda desteğinin yanı sıra nakdi destek fonları ile birlikte giysi, kişisel bakım yardım kolileri de ivedilikle afet bölgelerine aktarıldı. Eğitim kurumlarımız çocukların depremin psikolojik etkilerini bir nebze de olsa azaltmak için psikolojik destek merkezleri kurmuşlardır. Yine istenildiğinde bölgeye sevkedilmek üzere Depremzedelere Psikolojik Destek Ekipleri kurulmuştur. Zaman birlik olma zamanı, bu günleri hep birlikte aşacağız. Bizler, ilgili makamların koordinasyonunda, sağlık ocağı, kütüphane, kreş ve aşevinden oluşan "Konteyner Kent" kurmak için çalışmalarımıza devam ediyoruz. Herkesin az çok demeden yardım etmesi bölgenin kalkınması için oldukça önemlidir. Tüm bu çalışmalarımız ve desteklerimiz 24 saat çalışan depremezdelere destek ve koordinasyon merkezimiz tarafından üzerine katılarak devam edecektir. Bölgedeki ihtiyaçlara göre gereken tüm projelerimizi ivedilikle hayata geçireceğiz.

Franchise sistemi, bir markanın iş modelini, ürünlerini, hizmetlerini ve marka kimliğini, başka bir şirketin kullanması için lisans vermesi anlamına gelir. Türkiye'de ve dünyanın birçok ülkesinde franchise sistemi, hem franchise veren markalar hem de franchise alan girişimciler için birçok fayda sağlamaktadır. Yatırımcılar için düşük risk, daha hızlı büyüme, daha az risk, operasyonel destek ve marka bilinirliği franchise sisteminin başlıca avantajlarıdır. Yurt içine kıyasla yurt dışı franchising başlangıç maliyetleri biraz daha düşük maliyetlidir. Franchise sözleşmelerinde farklılıklar yaşanabilmektedir. Bu noktada da, hukuki sözleşmelerinin mutlaka franchise hukuku konusunda uzman bir avukat danışmanlığı ile yapılması gerekmektedir. Orta Doğu başta olmak üzere Kanada, Norveç, Hollanda, Polonya, Almanya, Rusya gibi ülkelerde üye markalarımızın yurt dışı açılımları sıklıkla gerçekleştirilmektedir.

Yüz binlerce çalışana iş imkanı sağlayan sektörümüzün rakamsal verilerine baktığımızda; 2022'de franchise sektörünün ürettiği istihdam sayısının 300.000 kişiyi aştığını Türkiye'deki zincir işletmelerin sayısının 3.700 Zincir işletmelere bağlı şube sayısının 66.000 Yurt dışına açılan türk marka sayısının: 405 olduğunu ifade etmek isterim. Franchise sektörüne 2023 yılında 25.000'den fazla girişimci arandığını, franchising sektörünün büyüklüğünün ise 65 milyar dolara ulaşacağı tahmin edilmektedir.

Ayrıca, bu yıl, Türkiye'nin en büyük fuarcılık firması TÜYAP ile "Franchise İstanbul Expo Fuarını 19 - 22 Ekim 2023 tarihlerinde TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi'nde Franchise sektörünün hizmetine sunacaktır. Franchise İstanbul Expo 2023, katılımcı markaların Franchise satışlarına doğrudan etki ederken yatırımcı adaylarının karar süreçlerini de hızlandırarak seminerler, söyleşiler, konferanslar ve diğer etkinliklerle markaları ve yatırımcıları sektör hakkında güçlü bir şekilde bilgilendirecek ve yönlendirecektir. Franchise sektörünün buluşma noktası olacak bu devasa organizasyon, sistemin tüm oyuncularını tek bir çatı altında toplayacak en önemli organizasyondur. Franchise sektörünün kapsadığı bütün firmaların, Franchise İstanbul Expo 2023'de yer almaları tüm Franchise sektörüne ve tabii ki de ülkemiz ekonomisine hissedilir katkılar sağlayacaktır.

UFRAD olarak üyelerimiz başta olmak üzere tüm markalarımızın küresel büyüme ve başarılarını destekliyoruz ve teşvik ediyoruz. Franchise markalarımızı ve yüzlerce lokasyonda faaliyet gösteren, on binlerce kişiye istihdam sağlayan sektörümüzü güçlü ve ayakta tutmak için çaba gösteriyoruz. Sizleri de bu yolculukta yanımızda görmekten mutluluk duyarız.

Gelecek sayımızda tekrar görüşmek üzere sağlık ve mutluluk dileklerimi sunarım.

Sevgi ve Saygılarımla,

### Dear Friends,

We are proud to meet you in the new issue of our Franchise Dünyası magazine. We are in the joy and excitement to meet you again with the latest developments and news in the franchise sector.

First of all, on behalf of myself, the board of directors and all UFRAD members, I would like to start my words by saying get well soon to our beloved country. We wish God's mercy to all our citizens who lost their lives in the earthquake and wish a speedy recovery to our wounded. As the UFRAD family, we established a 24-hour support and coordination center for the earthquake victims, working in coordination with AFAD and the Red Crescent, for the relief activities to the disaster area that hurts our hearts. First of all, search and rescue teams, construction equipment, 894 heater production and electrical infrastructure service, emergency supplies Trucks, accommodation areas, field hospitals and mobile kitchens are among our main first aid supports. All of our institutions and organizations opened their doors to provide shelter and food support to our citizens who were affected by the earthquake. In our most basic need of food-based work, our fast food chains delivered their menu distributions to all points of need in the disaster area. From offering hot soup to dry food, all necessary food materials, all member Our brands worked diligently and delivered them to disaster areas. In addition to food support, cash support funds as well as clothing and personal care aid parcels were immediately transferred to disaster areas. Our educational institutions have established psychological support centers in order to reduce the psychological effects of the earthquake for children, even to a certain extent. Again, Psychological Support Teams have been established for earthquake victims to be transferred to the region when requested. It's time to be united, we will get through these days together. We, under the coordination of the relevant authorities, continue our efforts to establish a "Container City" consisting of a health center, library, kindergarten and soup kitchen. It is very important for the development of the region that everyone helps more or less. All these works and support will continue by our support and coordination center working 24 hours a day. We will immediately implement all our projects that are necessary according to the needs in the region.

A franchise system means that a brand licenses its business model, products, services and brand identity for another company to use it. The franchise system in Turkey and in many countries of the world provides many benefits for both franchisor brands and franchisee entrepreneurs. Low risk for investors, faster growth, less risk, operational support and brand awareness are the main advantages of the franchise system. International franchising startup costs are slightly lower compared to domestic ones. There may be differences in franchise agreements. At this point, legal contracts must be made with the consultancy of a lawyer who is expert in franchise law. Foreign expansions of our member brands are frequently carried out in countries such as Canada, Norway, the Netherlands, Poland, Germany and Russia, especially in the Middle East.

When we look at the numerical data of our sector, which provides job opportunities to hundreds of thousands of employees;

In 2022, the number of employment created by the franchise sector exceeded 300,000 people

The number of chain enterprises in Turkey is 3,700

The number of branches affiliated to chain enterprises is 66,000

I would like to express that the number of Turkish brands opened abroad is 405.

It is estimated that more than 25,000 entrepreneurs are sought for the franchising sector in 2023, and the size of the franchising sector will reach 65 billion dollars.

In addition, this year, Turkey's largest fair organization TUYAP will present the "Franchise İstanbul Expo Fair" to the service of the franchise sector at TUYAP Fair and Congress Center between 19 - 22 October 2023. Franchise İstanbul Expo 2023 will strongly inform and guide brands and investors about the sector with seminars, interviews, conferences and other events that will accelerate the decision processes of investor candidates while directly affecting the franchise sales of participating brands. This gigantic organization, which will be the meeting point of the franchise industry, is the most important organization that will gather all the players of the system under one roof. The participation of all companies covered by the franchise sector in Franchise İstanbul Expo 2023 will make a tangible contribution to the entire franchise sector and naturally to our country's economy.

As UFRAD, we support and encourage the global growth and success of all our brands, particularly our members. We strive to keep our franchise brands and our industry, which operates in hundreds of locations and employs tens of thousands of people. We will be pleasure to see you with us on this journey.

I wish you health and happiness, see you again in our next issue.

Best Regards,



**Concessionaire**  
On Behalf of UFRAD  
UFRAD Adına İmtiyaz Sahibi  
Doç. Dr. Mustafa Aydın

**Executive Editor**  
Genel Yayın Yönetmeni /  
**In charge Editor-in-chief**  
Sorumlu Yazı İşleri Müdürü  
Alpay Erüs  
alpayerus@goldencitymedia.com

**Editor**  
Editör  
Şebnem Atılğan  
sebneamatilgan@goldencitymedia.com

**Publishing Council**  
Yayın Kurulu  
Prof. Dr. M. Salih Çelikkale  
Prof. Dr. Zafer Aslan  
Yrd. Doç. Dr. Mesut Demirel  
Tevfik Özkavcı  
Günseli Özen Ocakoğlu  
Gürkan Donat  
Özkan Mutlugül  
İlhan Erkan  
Osman F. Bilge

**Communication Coordinator**  
İletişim Koordinatörü  
İrem Arman  
iremarman@ufrad.org.tr

**Communication Specialist**  
İletişim Uzmanı  
Gülçin Şahinkuş  
gulcintekgulcuk@ufrad.org.tr

**Advertisement Manager**  
Reklam Müdürü  
Sema Erüs  
sema@goldencitymedia.com

**Advertisement Officer**  
Reklam Sorumlusu  
Derya Yaman  
derya@goldencitymedia.com

**Advertisement Officer**  
Reklam Sorumlusu  
Seval Sayılan  
seval@goldencitymedia.com



**Managerial Center**  
İDARE MERKEZİ  
Beşyol Mah. İnönü Cad. A Blok  
No: 40 Kat:7  
Sefaköy - Küçükçekmece / İST  
Tel: 0212 599 17 84  
0212 425 61 51 Dahili: 1263-1264  
www.ufrad.org.tr  
ufrad@ufrad.org.tr

**Printing-Binding**  
Baskı - Cilt  
**Şan Matbaa**  
Anadoluhisari Cad.  
No:50/3 Kağıthane / İSTANBUL  
0212 289 24 24  
www.sanofset.com

**Sertifika No: 45170**

# İÇİNDEKİLER CONTENT



# 06

**UFRAD'IN DESTEKLEDİĞİ 20. BAYİM OLUR MUSUN? FUARI GERÇEKLEŞTİRİLDİ** THE 20<sup>TH</sup> BE MY FRANCHISE FAIR SUPPORTED BY UFRAD WAS HELD IN 2022, OCTOBER 27-30



**UFRAD VE AZERBAIJAN FRANCHISING DERNEĞİ ARASINDA İŞ BİRLİĞİ PROTOKOLÜ İMZALANDI** MOU SIGNED BETWEEN UFRAD FRANCHISING ASSOCIATION AND AZERBAIJAN FRANCHISING ASSOCIATION



**FRANCHISE DÜNYASI PROGRAMI YAYINA DEVAM EDİYOR** THE FRANCHISE DÜNYASI PROGRAM CONTINUES BEING BROADCAST

**FRANCHISE İSTANBUL EXPO, NİTELİKLİ KATILIMCI İLE NİTELİKLİ ZİYARETCİYİ TÜYAP KALİTESİ İLE BULUŞTURUYOR!** FRANCHISE İSTANBUL EXPO IS WHERE TUYAP WILL BRING TOGETHER QUALIFIED PARTICIPANTS AND VISITORS



# 14

## FRANCHISE DÜNYASI

MAYIS ■ MAY 2023  
ISSUE ■ SAYI: 54

**Publication Preparations**  
Yayına Hazırlık



**GOLDEN CITY MEDIA • www.goldencitymedia.com**  
PERPA İş Merkezi B Blok Kat: 13 No: 2307 Okmeydanı / Şişli / İST Tel: 0212 320 00 34-35 Faks: 0212 320 00 36

**SÜRELİ YEREL YAYIN •** Franchise Dünyası dergisi iki ayda bir yayınlanır. Dergideki yazılar ve görseller izin alınmaksızın kullanılamaz. İlanların sorumlulukları ilan verenlere aittir.  
**Periodical General Publication •** Franchise World is published every 2 months. The articles and visuals in the Franchise World cannot be used without permission. The owners of the advertisements are responsible for their own advertisements.





# ÖDÜL GİBİ BİR YATIRIM İLE FRANCHISE FIRSATI!

2017'den bu yana 1 Numaralı Marka\* seçilen HD İskender, 28 yıllık deneyimi, kalite tutkusu ve uzmanlığıyla yepyeni bir franchise imkânı sunuyor. Siz de HD İskender Ailesi'ne katılın, bu çok kazançlı fırsattan yararlanın.

\*HD İskender, Alışveriş Merkezi Yatırımcılar Derneği ve Akademetre Araştırma tarafından 2017, 2018, 2019 ve 2022 yıllarında düzenlenen 1 Numaralı Markalar araştırmasında, "Restoran" kategorisinin birincisi seçilmiştir.



21 ilde, 85'e yakın  
restoran







## UFRAD'IN DESTEKLEDİĞİ 20. BAYİM OLUR MUSUN? FUARI GERÇEKLEŞTİRİLDİ

THE 20<sup>TH</sup> BE MY FRANCHISE FAIR SUPPORTED BY UFRAD WAS HELD IN 2022, OCTOBER 27-30

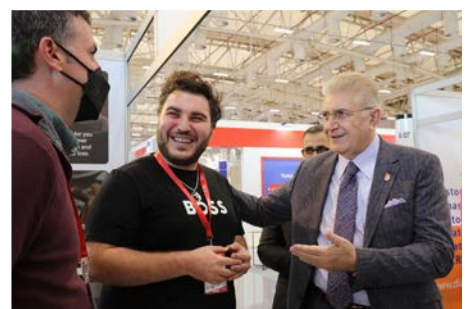
***UFRAD'ın desteklediği 31. fuar olan Medya Fors Organizasyonu ve UFRAD desteği ile Dr. Mimar Kadir Topbaş Gösteri ve Sanat Merkezi (Yenikapı Avrasya Gösteri ve Sanat Merkezi'nde) gerçekleştirildi.***

20<sup>th</sup> Be My Franchise Fair was held in 2022, October 27- 30, at Dr. Mimar Kadir Topbaş Show and Art Center (Yenikapı Avrasya Show and Art Center) with the cooperation of Medya Fors Organization and UFRAD Franchising Association.

Bayim Olur musun? 2022'de, Franchising sisteminin Türkiye'deki tek çatı örgütü olan UFRAD Franchising Derneği, başarısını ispatlamış markaların dinamiğini girişimci ruha aktarmasını destekleyerek; ülke ekonomisi başta olmak üzere sektörel gelişimin sağlıklı büyümesine, ülke yatırımcılarının markalaşmaya yönlendirilmesine, yerli markaların teşvik edilerek uluslararası pazarlarda yer edinmesine ve rekabet şansı yakalamalarına hissedilir katkılar sağlayan UFRAD her yıl olduğu gibi bu yıl da UFRAD seminerleri ile katılımcı ve ziyaretçiler Franchise sistemi

The only umbrella organization of the franchising system in Turkey, UFRAD, by supporting the transfer of the dynamics of the brands that have proven their success to the entrepreneurial spirit; it has made significant contributions to the healthy growth of the sectoral development, especially to the country's economy, to directing the country's investors to branding, to encourage local brands to gain a place in international markets and to have a chance to compete. As every year, participants







hakkında bilgilendirildi. Fuarın ilk gününün ilk seminerinde, Güvenilir Ürün Platformu "Ürün Güvenliğinde Yerel Yönetimlerin Rolü" başlıklı panel gerçekleştirildi. İkinci seminer, Adres Patent Marka ve Patent Vekili Sn. Ali Çavuşoğlu ile "Franchise ile Yurt dışında Markalaşma" konusunda düzenlendi.

UFRAD Seminerlerinin ikinci gününün ilk semineri "Markalaşma Üzerine" Türk Patent firmasından Özlem Türk tarafından gerçekleştirildi. İkinci seminer, panel düzeninde "Uçtan Uca Franchise Teknoloji" başlığı ile UFRAD Üyesi Armiya Teknoloji Genel Müdürü Ali İhsan Tuğ tarafından gerçekleştirildi. İkinci gününün son paneli ise "Gayrimenkulde Milyoner Olmak" hakkında Mastertürk Franchise Satış Direktörü Sayın Bora Demir tarafından gerçekleştirildi.

Üçüncü gününün ilk semineri "Yerli Zincirde Yabancı Usulde Çalışmak" UFRAD Üyesi Hot Döner Genel Müdürü Ercan Yılmaz tarafından gerçekleştirildi. Avrupa'nın Devi Dünyaya Nasıl Yayıldı?" konulu seminer CarrefourSA Franchise Grup Genel Satış Müdürü ve UFRAD Yönetim Kurulu Üyesi Sayın Sebastien Ponce tarafından gerçekleştirildi. Armiya Teknoloji Genel Müdür Yardımcısı Sayın Özgen Kart Moderatörlüğünde, UFRAD Yönetim Kurulu Üyeleri İlhan Erkan, Erol Işık ve ve M. Nezif Emek'in katılımları ile "Ustalardan Franchise Sırları" başlıklı panel şeklinde gerçekleştirildi. Üçüncü günün son paneli UFRAD Genel Sekreteri Osman F. Bilge moderatörlüğünde UFRAD Üyesi Çengelköy Börekçisi Yönetim Kurulu Başkanı Sayın Murat Dilbağı'nın katılımları ile "Aile İşini Franchise Etmek" hakkında gerçekleştirildi.

Fuarın son gününde, Azerbaycan Franchise Derneği Genel Başkanı Sn. Camid Mövsümov'un, Yönetim Kurulu Üyesi Sn. Rufat Dadaşov'in konuşmacı olarak yer aldığı , UFRAD Genel Sekreteri Osman F. Bilge'nin moderatörlüğünde gerçekleştirildi.



and visitors were informed about the Franchise system with UFRAD seminars. The first seminar of the first day, a panel titled "The Role of Local Governments in Product Safety" by Güvenilir Ürün Platformu was held. Second seminar organized on "Branding Abroad with Franchise" by Adres Patent Branding Representative Ali Çavuşoğlu.

The first seminar of the second day of UFRAD Seminars "On Branding" was held by Özlem Türk from the Turkish Patent firm. The second seminar was held by UFRAD Member Armiya Teknoloji General Manager Ali İhsan Tuğ with the title "End-to-End Franchise Technology" in panel layout. The last panel of the second day was held by Mastertürk Franchise Sales Director, Ms. Bora Demir, on "Being a Millionaire in Real Estate".

The first seminar of the third day was held by UFRAD Member Hot Döner General Manager Ercan Yılmaz. The seminar titled "How Europe's Giant Spread to the World" was held by CarrefourSA Franchise Group General Sales Manager and UFRAD Board Member Sebastien Ponce. UFRAD Board Members İlhan Erkan, Erol Işık and M. Nezif Emek was discussed on "Franchise Secrets from the Masters" panel, moderated by Mr. Özgen Kart, Deputy General Manager of Armiya Technology. The last panel of the third day was held under the moderation of UFRAD Secretary General Osman F. Bilge on "Franchising the Family Business" with the participation of UFRAD Member Çengelköy Börekçisi Chairman of the Board of Directors Mr. Murat Dilbağı. On the last day of the fair, President of the Azerbaijan Franchise Association Mr. Camid Mövsümov, Member of the Board of Directors Mr. Rufat Dadaşov took place as speaker was moderated by Osman F. Bilge, Secretary General of UFRAD.



# FIRSATLAR İKİYE AYRILIR, KAÇIRDIKLARIN



**ve  
yakaladıkların!**

Bu yılın en çok kazandıran girişimlerinden tek fiyatlı 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 katılırım?







# UFRAD VE AZERBAIJAN FRANÇAYZINQ ASSOCIASYASI ARASINDA İŞ BİRLİĞİ PROTOKOLÜ İMZALANDI

## MOU SIGNED BETWEEN UFRAD FRANÇAYZINQ ASSOCIATION AND AZERBAIJAN FRANÇAYZINQ ASSOCIATION

20. Bayim Olur Musun? Franchising ve Markalı Bayilik Fuarı'nın açılış töreni, 27 Ekim 2022'de Yenikapı Avrasya Dr. Mimar Kadir Topbaş Gösteri ve Sanat Merkezinde gerçekleştirildi.

*The opening ceremony of 20<sup>th</sup> Be My Franchise Fair was held on 27 October 2022 in Yenikapı Avrasya Dr. Mimar Kadir Topbaş Show and Art Center.*

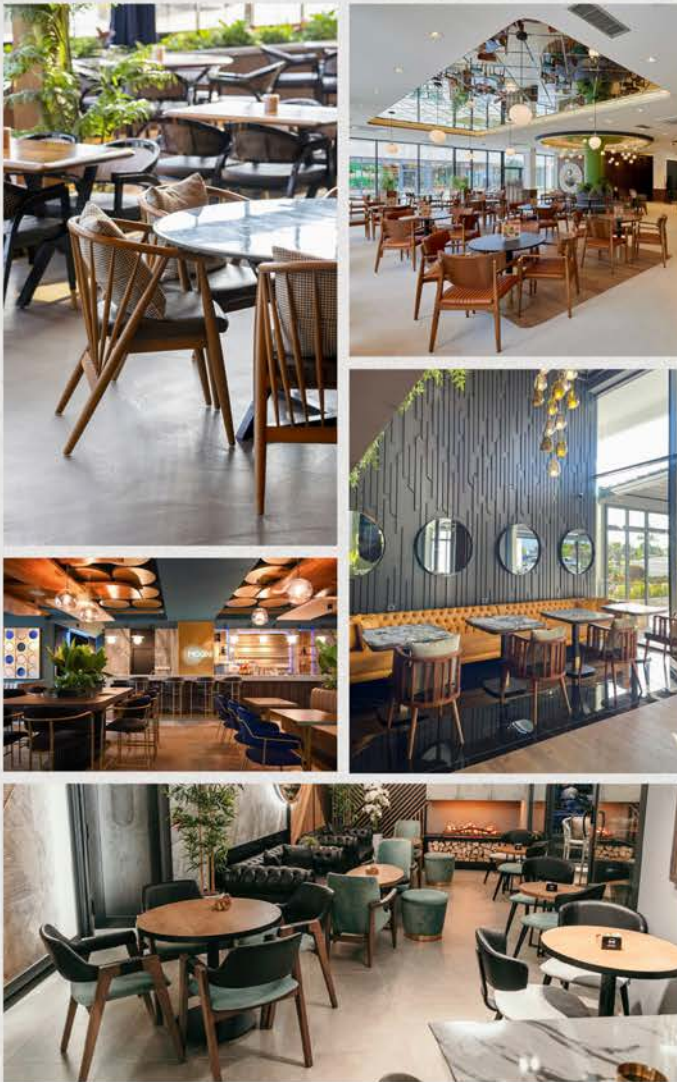
Fuara UFRAD Genel Başkanı Sn. Doç. Dr. Mustafa Aydın ile UFRAD Yönetim Kurulu üyelerinin yanı sıra; marka temsilcileri, basın mensupları ve ziyaretçiler katıldı. Yüzlerce markanın yer aldığı fuarda, yeni iş birliklerine ve anlaşmalara olanak sağlayan verimli bir atmosfer oluştu. Fuarda UFRAD Franchising Derneği ile Azerbaycan Franchising Derneği arasında bir iş birliği protokolü de imzalandı.

4 gün boyunca devam eden fuarda, sektör uzmanları tarafından çeşitli seminerler verildi ve bu kapsamda birçok konuşma, sunum ve panel de düzenlendi.

Along with brand representatives, press, and customers attended the fair in addition to UFRAD President Assoc. Prof. Mustafa Aydın and UFRAD Board Members. An environment that is conducive to new partnerships and agreements was present at the trade fair in which hundreds of brands participated. The MOU was signed at the fair between the UFRAD Franchising Association and the Azerbaijan Franchising Association. Sector experts at the fair that lasted for 4 days conducted various seminars and in this context, many speeches, representatives and panels were organized.



# Hotel Cafe Restaurant Outdoor Project



-  Sancrea Sandalye
-  sancreagroup
-  info@sancrea.com
-  Sancrea Group
-  Sancrea Group







## UFRAD KASIM AYI YÖNETİM KURULU TOPLANTISI NALIA KARADENİZ MUTFAĞI'NDA GERÇEKLEŞTİRİLDİ

### UFRAD NOVEMBER BOARD MEETING WAS HELD AT NALIA KARADENİZ MUTFAĞI

UFRAD Yönetim Kurulu Toplantısı 10 Kasım 2022 tarihinde UFRAD üyesi Nalia Karadeniz Mutfağı Sn. Süleyman Tarakçı ev sahipliğinde gerçekleştirildi. Gelecek dönem projeleri ve sektörel gelişmelerle ilgili yoğun bir çalışma programı takvimi planlandı.

Önümüzdeki dönem faaliyetleri için webinarlar, yuvarlak masa toplantıları, akademi, seminerler ve diğer yurt dışı toplantı organizasyonları hakkında fikir alışverişinde bulunuldu. Sektörel gelişmelerle ilgili yuvarlak masa bölümü düzenlenen toplantıda, her toplantıda olduğu gibi Yönetim Kurulu üyeleri güncel marka değerlendirmelerini paylaştı.

Toplantı, UFRAD Genel Başkanı Doç. Dr. Mustafa Aydın'ın, UFRAD üyesi Nalia Karadeniz Mutfağı Sn. Süleyman Tarakçı'ya plaket takdimi ve teşekkür dilekleri ile sona erdi.

UFRAD Board of Directors Meeting was held on November 10, 2022 by UFRAD member Nalia Karadeniz Mutfağı, hosted by Süleyman Tarakçı. THE intensive work program schedule has been planned for future projects and sectoral developments.

Opinions were exchanged on webinars, roundtable meetings, academy, seminars and other international meeting organizations for the upcoming activities. In the meeting, where a round table section was held on sectoral developments, the members of the Board of Directors shared their current brand evaluations as in every meeting. The meeting ended with presenting a plaque by President of UFRAD Assoc. Dr. Mustafa Aydın's, to Nalia Karadeniz Mutfağı, Süleyman Tarakçı.



# PİDEM

## PİDEM FRANCHISE FIRSATLARIYLA KAZANDIRMAYA DEVAM EDİYOR!

Büyümenin; kaliteli ve uygun fiyatlı pidelerden, lezzetli bir ortaklıktan geçtiğini biliyoruz. Çıkış olduğumuz lezzet yolculuğunda daima bu hedef doğrultusunda ilerliyor ve yeni yol arkadaşları arıyoruz.

## PİDEM

200'E  
YAKIN  
RESTORAN

40  
ŞEHİR





TÜYAP

UFRAD  
1991  
FRANCHISING DERNEĞİ

## FRANCHISE İSTANBUL EXPO, NİTELİKLİ KATILIMCI İLE NİTELİKLİ ZİYARETÇİYİ TÜYAP KALİTESİ İLE BULUŞTURUYOR!

FRANCHISE İSTANBUL EXPO IS WHERE TÜYAP  
WILL BRING TOGETHER QUALIFIED PARTICIPANTS AND VISITORS

*FRANCHISE İSTANBUL EXPO, Tüyap Fuarçılık Grubu tarafından, UFRAD Franchising Derneği iş birliği ile 19 - 22 Ekim 2023 tarihleri arasında "Global Franchise, Global Sektör" sloganı ile İstanbul Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi'nde düzenlenecek.*

The high quality fair organizers Tüyap Fuarçılık Group working in conjunction with the UFRAD Franchising Society will on the 19-22 October 2023 hold a fair under the slogan of "Global Franchise, Global Sector". It will take place at the Istanbul Tüyap Fair and Congress Center.



# FRANCHISE İSTANBUL EXPO

## Nitelikli Katılımcı, Doğru Ziyaretçi

Spordan gayrimenkule, gıdadan eğitime kadar birçok farklı sektörde faaliyet gösteren nitelikli katılımcı firmaları, dünyanın dört bir yanından organize edilen yatırımcı ve girişimcilerden oluşan nitelikli ziyaretçiler Tüyap çatısı altında bir araya geliyor. Franchise sektörünü Avrasya'nın çekim merkezi yapma hedefi ile yola çıkan Franchise İstanbul Expo, Katar, Dubai, Azerbaycan, Fas, Mısır, Tunus, Almanya, Hollanda, Türk Cumhuriyetleri, Romanya gibi sektörün geliştiği ülkeler başta olmak üzere 50'den fazla coğrafyadan iş insanlarını ağırlayarak markaların global pazarlara açılmasına olanak sağlayacak.

Franchise ve markalı hizmet sunan tüm paydaşları bir araya getirecek olan fuar hakkında açıklamalarda bulunan TÜYAP Fuarlar Yapım A.Ş. Genel Müdürü İlhan Ersözlü: "Tüyap Fuarcılık Grubu olarak 43 yıldır fuarcılık sektörünün gelişmesi, kurumsallaşması için öncül olmuş bir kurumuz. Geride bıraktığımız bunca yıldır birçok sektörde fuar düzenleyerek ülke ekonomimize ciddi bir katkıda bulunduk. UFRAD Franchising Derneği ile güç birliği yaparak Franchise İstanbul Expo'yu düzenlemek için hazırlıklarımıza başladık. Tüyap'ın 4 ülkedeki yurt dışı ofisleriyle ve 22 ülkedeki 80'i aşkın temsilcilik ağıyla, Franchise İstanbul Expo katılımcılarına özellikle ihracat bağlantıları konusunda yeni fırsatlar sağlamayı, ticaret hacimlerine ivme katmayı amaçlıyoruz. Dijital evrenimiz MyTüyap'ın inovatif çözümleriyle de katılımcılara hibrit bir fuar deneyimi yaşatacağız. Fuar ile yerli ve uluslararası yatırımcılar ve markaları bir araya getirip, sektöre büyük bir iş hacmi kazandıracığız" dedi.

## 'Franchise İstanbul Expo sektörün buluşma noktası olacak'

Fuarın yurt dışına açılmak isteyen markalar için gerçek anlamda bir buluşma noktası olacağını belirten UFRAD Franchising Derneği Başkanı Doç. Dr. Mustafa Aydın "Franchise ve markalı bayilik hizmeti sunan kafe, restoran, emlak, spor, güzellik-ve bakım, gıda, eğitim, danışmanlık yanı sıra birçok farklı hizmet sektörünün tüm paydaşlarıyla nitelikli ziyaretçileri tek çatı altında toplayacağız. Fuarcılık sektörünün lideri Tüyap ile güçlerimizi birleştirerek aynı hedefe ulaşmak için çıktığımız yolda, Franchise sektörünü hak ettiği noktaya ulaştıracağız konusunda inancımız tam." açıklamalarında bulundu.

## Franchise, büyümek isteyen markalar için fırsat sunuyor

Katılımcılarını global pazarlara ulaştırma hedefi ile hazırlanan fuarda, Tüyap tarafından geliştirilen akıllı connect eşleştirme sistemi ile katılımcılar, yurt içi ve yurt dışından franchise almak isteyen yatırımcı ve girişimciler ile zaman ve mekandan bağımsız olarak görüşmelerini organize edebilecekler, fiziki fuar için toplantı programlarını oluşturabilecekler. Fuarı ziyarete gelemeyen ziyaretçiler ile katılımcı firmaların fuardan sonraki dönemde de dijital platform üzerinden bağlantılarını devam ettirebilecek yapıyı katılımcı firmalarına sunan Franchise İstanbul Expo, fiziki fuardan çok daha fazlasını sunan hibrit yapısı ile dikkat çekiyor.

## Online bilet ile sıra beklemek yok

Fuarların web sitelerinden veya [www.tuyap.com.tr](http://www.tuyap.com.tr) kurumsal web sitemizden alabileceğiniz Online bilet ile fuar girişlerini zahmetsizce, sıra beklemeden, zaman kaybetmeden yapabilirsiniz. Fuara gelmeden önce formu doldurarak kayıt yaptırarak sonrasında telefonun ekranına çıkan QR kod ile fuar alanına giriş yapabilir, böylece temas etmeden ve sıra beklemeden fuarı ziyaret edebilirsiniz.

## QUALIFIED PARTICIPANTS, CORRECT VISITORS

From Sports to buildings, food to education there will be qualified participants coming from all the different sectors and visitors who wish to invest or become entrepreneurs all will be brought together under the Tüyap roof. Our Franchising sector intends to make the Franchise İstanbul Expo a magnet for all the Eurasian countries, Kuwait, Dubai, Azerbaijan, Morocco, Egypt, Tunisia, Germany, Holland, Turkish Democracies and Rumania in fact for all the developed countries. It will welcome business people from more than 50 geographical countries and will offer the opportunity to enlarge into the global market. This fair will have the opportunities for branding and franchising to all stakeholders.

İlhan Ersözlü who is the General Manager of TÜYAP Fuarlar Yapım A.Ş. stated: "Our company has for 43 years been one of the foremost of those which has followed the development and institutionalization of the fair organizational sector. With long years behind us of fair organization for many sectors they have resulted in our adding a serious increase to the economy of our country. Together with the UFRAD Franchising Organization we have already begun our preparations for the Franchise İstanbul Expo.

Tüyap has offices in 4 countries abroad and in an additional 22 countries has a network of near to 80 representatives. The Franchise İstanbul Expo is intended to present to our participants new exporting opportunities and speeding up the volume of business. With the MyTüyap digital universe and innovative solutions we intend to offer a hybrid fair experience. The fair with its domestic and international investors and brands being brought together will bring to the sectors an important volume of business."

## "THE FRANCHISE İSTANBUL EXPO WILL BE THE SECTORS MEETING POSITION"

The UFRAD Franchising Association's Chairman Assoc. Prof. Mustafa Aydın believes that the fair will be a great opportunity for those brands that wish to enlarge abroad he stated: "We are bringing together under one roof Franchising and brand marks who are from an extremely wide range of sectors, cafes, restaurants, building, sports, beauty/care, food, education and consultancy in addition to many other services all the stakeholders and qualified visitors together. We are combining our strength with that of the leading fair organization Tüyap on this journey both having the same goal in sight of carrying the Franchise sector to the position it deserves and I totally believe we shall succeed."

## FOR THE BRANDS WISHING TO ENLARGE BY FRANCHISING WE OFFER THIS OPPORTUNITY

The fair is offering its participants which wish to enter the global market a good opportunity. Tüyap has developed a clever connecting system which makes possible for participants here and abroad who wish to take out franchises either as investors or entrepreneurs it can be organized by that system it also is possible to arrange physical meetings. Those who cannot visit the fair are able on their digital platform to continue their connections in other words the Franchise İstanbul Expo offers much more than a normal physical fair it attracts attention due to its hybrid advantages.

## NO WAITING IN LINE FOR ENTERANCE TICKETS SOLD ONLINE

Tickets of entrance can be obtained on the website of the fair or on [www.tuyap.com.tr](http://www.tuyap.com.tr) in this manner the entry is easy, with no waiting or loss of time. Prior to coming to the fair a form should be filled in then with the QR code entrance to the fair is completed.







## UFRAD ARALIK AYI YÖNETİM KURULU VE YUVARLAK MASA TOPLANTILARI GERÇEKLEŞTİRİLDİ

UFRAD DECEMBER BOARD AND ROUND TABLE MEETINGS WERE HELD

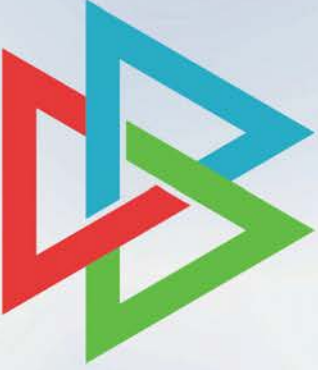
***UFRAD Aralık ayı Yönetim Kurulu Toplantısı 22 Aralık 2022 tarihinde UFRAD Genel Başkanı Sn. Doç.Dr. Mustafa AYDIN ev sahipliğinde İstanbul Aydın Üniversitesi'nde gerçekleştirildi.***

UFRAD December Board Meeting was held at Istanbul Aydın University, hosted by President, Assoc. Prof. Mustafa AYDIN.

UFRAD Yönetim Kurulu toplantısı ile aynı gün düzenlenen, Türkiye'nin öncü markalarının katıldığı Yuvarlak Masa Toplantısı'nda bir araya geldi. TÜYAP Fuarçılık Genel Müdürü Sayın İlhan Ersözlü'nün katılımları ile gerçekleştirilen toplantıda daha etkin ve daha verimli bir işbirliği için ortak akıl ve ortak çözümler istişare edildi. UFRAD üyelerinin yoğun katılım sağladığı yuvarlak masa toplantısında, "Franchise İstanbul Expo 2023" fuarı ve franchise sektörü geniş yelpazede ele alındı. Akşam yemeği ile devam eden ikili görüşmeler ve organizasyon, Genel Başkan Sn. Doç.Dr. Mustafa AYDIN'ın tüm katılımcılara teşekkürleri ile sona erdi.

UFRAD Board of Directors and UFRAD members came together at the Round Table Meeting, which was held on the same day as the Board Meeting and attended by Turkey's leading brands. The common sense and common solutions were consulted for a more effective and efficient cooperation at the meeting with the participation of TÜYAP Fairs General Manager Mr. İlhan Ersözlü. At the roundtable meeting where UFRAD members participated intensively, "Franchise İstanbul Expo 2023" fair and the franchise sector were discussed in a wide range. Bilateral meetings and organization continued at the dinner. The meeting ended with President Assoc. Prof. Mustafa AYDIN's thanks to all the participants.





# FRANCHISE İSTANBUL EXPO

19-22 Ekim October 2023

TÜYAP FUAR VE KONGRE MERKEZİ | BÜYÜKÇEKMECE  
TÜYAP FAIR CONVENTION AND CONGRESS CENTER | İSTANBUL

*Global Franchise!  
Global Sector!*



[www.franchiseistanbulexpo.com](http://www.franchiseistanbulexpo.com)

   @franchiseistanbulexpo

 franchise-istanbul-expo





# UFRAD OCAK AYI YÖNETİM KURULU TOPLANTISI JAG CLUB EV SAHİPLİĞİNDE GERÇEKLEŞTİRİLDİ

## UFRAD JANUARY BOARD MEETING WAS HOSTED BY JAG CLUB

***UFRAD Ocak ayı Yönetim Kurulu Toplantısı 12 Ocak 2023 tarihinde Dernek Başkan Yardımcısı ve Jag Club Kurucu Başkanı Ahmet Polat'ın ev sahipliğinde Jag Club' da gerçekleştirildi.***

UFRAD January Board Meeting was held on January 12, 2023 at Jag Club, hosted by Ahmet Polat, Vice President of the Association and Founding President of Jag Club.

Sektörü ilgilendiren öncelikli konuların, sorun ve çözüm önerilerinin değerlendirildiği Yönetim Kurulu toplantısında sosyal medya çalışmaları, webinar planlamaları ve gelecek dönem toplantıları ile ilgili konular görüldü. UFRAD Youtube kanalında Franchise Dünyası programı ile devam eden ve Genel Yayın Yönetmenliği' ni UFRAD Denetim Kurulu Üyesi ve Franchise Dünyası Genel Yayın Yönetmeni Alpay Erüs'ün üstlendiği program ile ilgili Yönetim Kurulu bilgilendirildi. UFRAD "Franchise Dünyası" programı, franchising sistemine destek veren UFRAD üyelerini ve sektörün duayenlerini konuk olarak misafir etmektedir. Bu programda; franchise sistemi, franchising türleri, girişimcilik ruhu, franchising hukuku, başarılı markaların sırları, Türkiye ve Dünyadaki sektörel güncel bilgiler aktarılarak; zincir markalar izleyicilerle buluşturulmaktadır. Toplantı, akşam yemeğinin ardından UFRAD Genel Başkanı Doç. Dr. Mustafa Aydın' ın, Başkan Yardımcısı Ahmet Polat'a teşekkür dilekleri ile sona erdi.

Social media studies, webinar planning and issues related to upcoming meetings were discussed at the Board of Directors meeting. Furthermore, they evaluated priority issues concerning the sector, problems and solutions. The Board Members were informed about the continued program titled " Franchise World " program on the UFRAD Youtube channel and the Editor-in-Chief of the UFRAD Supervisory Board Member and Franchise World Editor-in-Chief Alpay Erüs. UFRAD "Franchise World" program hosts UFRAD members support the franchising system and industry veterans as guests. Franchise system, franchising types, entrepreneurial spirit, franchising law, successful brands' secrets, current sectoral information in Türkiye and the World; thus chain brands met with the audience. After the dinner, the meeting ended with UFRAD President Assoc. Prof. Mustafa Aydın's thanks to Vice President Ahmet Polat.





"Dünyayı Doyuran Lezzet"

# Nefis Lezzetleri ile En Karlı Yatırım Mr. Kumpir®'de!

Kumpir, hazırlanışı ve içeriği bakımından, fast food sektöründeki en sağlıklı ve en doğal üründür. **Mr. Kumpir®**; alanında, tüm dünyadaki ve Türkiye'deki en yaygın franchise markasıdır. Girişimcilerine düşük maliyetli, yüksek kazançlı, geniş menülü ve kolay işletilen bir iş imkanı sunar. Girişimcileri ile beraber kazandır-kazan mantığı güderek, müşterilerine temiz ve sağlıklı ürünler sunar, karlı işletmeler açtırır, reklam kampanyaları ile destekler.

Bu karlı yatırım için bir kahve eşliğinde görüşmek adına sizi en kısa zamanda merkez ofisimizde ağırlamak isteriz.

Sevgi ve Saygılarımızla

**Bilgi için: 0530 542 76 07**



**Altınşehir Gıda A.Ş. yatırımlarıdır**

Tel: +90 212 347 27 80 pbx Fax: +90 212 347 27 83 info@mrkumpir.com  
Küçük Piyale Mah. Zincirlikuyu Cad. Ağaç Köprü Sok. Kastel İş Merkezi B Blok No:26/6 34440 Beyoğlu/İSTANBUL



[www.facebook.com/MrKumpir/](https://www.facebook.com/MrKumpir/)



[www.instagram.com/mrkumpir/](https://www.instagram.com/mrkumpir/)



[www.twitter.com/MrKumpir/](https://www.twitter.com/MrKumpir/)



Mr. Kumpir® marka ve logosu, Altın Şehir Gıda A.Ş.'ye aittir.  
Tüm hakları Altın Şehir Gıda A.Ş. adına tescillenmiştir.





## FRANCHISE DÜNYASI PROGRAMI YAYINA DEVAM EDİYOR

### THE FRANCHISE DUNYASI PROGRAM CONTINUES BEING BROADCAST

UFRAD Yönetim Kurulu Üyesi Alpay Erüs'ün hazırlayıp sunduğu "Franchise Dünyası" programı konuklarını ağırlamaya devam ediyor.

*The programs of the "Franchise Dünyası " ( The World of Franchising )which Alpay Erüs member of the UFRAD Board of Directors prepares and presents continues to welcome its guests on that program.*

UFRAD üyesi olan, Franchise veren işletmeler ve destekçi üyelerin konuk edildiği program, Türkiye ve dünyadaki güncel franchise bilgilerini, franchise sektöründeki yeni gelişmeleri, markaların başarı sırlarını ve franchise verme şartlarını konuklarıyla birlikte ele alıyor.

İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi stüdyoları ev sahipliğinde hazırlanıp sunulan program şimdiye kadar birçok işletmeyi ve sektörün duayenini ağırladı. Franchise sektörüne farklı bir soluk getiren ve beğeniyle takip edilen program, bundan sonra da değerli konuklarını ağırlamaya devam edecek. Program, Youtube kanalında yayınlanıyor.

The guests are members of UFRAD, owners of companies which offer Franchises and supporters. On the program knowledge of the development of Franchising in Türkiye and in the world, the new systems which are being used, the secrets for successes brands use and the conditions which are involved when franchises are given all such subjects are discussed mutually with guests.

The Communication Faculty of the Istanbul Aydın University is the studio where guests are welcomed and during the many programs managers and their veterans have been received there. The programs have brought a breath of fresh air to the sector and are watched with great enjoyment thus we shall continue to welcome our valuable guests. The Program is broadcast on YouTube.



# KAZANMAK İÇİN BİL YETER

Birlikte büyüme için BİL EĞİTİM KURUMLARI, Türkiye geneli  
Franchise kabulüne devam ediyor.



**BİL ÇOCUK ÜNİVERSİTESİ  
ANAOKULU**  
Dünya İnovasyon Okulu



**BİL KOLEJİ**  
Dünya İnovasyon Okulu



**BİL KURS**  
Kazanmak için BİL Yeter

☎ 0533 778 51 38

🌐 [www.bilokullari.com.tr](http://www.bilokullari.com.tr)  
[www.bilkurs.com.tr](http://www.bilkurs.com.tr)







## UFRAD 16. OLAĞAN GENEL KURUL TOPLANTISI İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ EV SAHİPLİĞİNDE GERÇEKLEŞTİRİLDİ

UFRAD 16<sup>th</sup> ORDINARY GENERAL MEETING WAS HELD HOUSED BY ISTANBUL AYDIN UNIVERSITY

*UFRAD Franchising Derneği 16. Olağan Genel Kurul toplantısı, Genel Başkan Sayın Doç. Dr. Mustafa AYDIN ev sahipliğinde İstanbul Aydın Üniversitesi'nde gerçekleştirildi. Genel Kurul öncesinde başarılı franchise markası olma yolları, markalaşma ve franchise süreçleri, Dünya genelinde yapılan araştırmalar sonucunda başarılı markaların veri analizleri ve Türk markalarının bu araştırmadaki yeri, Turquality kapsamında markalara sağlanan avantajlar ve dernek faaliyetleri hakkında üyelere bilgilendirme sağlandı.*

The 16<sup>th</sup> Ordinary General Assembly Meeting of UFRAD Franchising Association was held at Istanbul Aydın University, hosted by the President, Assoc. Prof. Dr. Mustafa AYDIN. Before the General Assembly, members were informed about the ways to become a successful franchise brand, branding and franchise processes, data analysis of successful brands worldwide based on research, the position of Turkish brands in this research, the advantages provided to brands within the scope of Turquality, and the activities of the association.





UFRAD Genel Başkanı Doç. Dr. Mustafa AYDIN ekonominin çok önemli bir parçası olan Markanın oluşum süreci ve gerçek amacı, markaya verilmesi gereken özen ve değer, marka doğurmak, markayı büyütme ve markayı korumak, başarılı bir marka oluşum sürecinin altında yatan neden ve sebeplerden bahsetti. Ufrad'ın bu yöndeki önemini, yatırımcıya olan yaklaşımı ve kendi ekonomik gücüyle birleşerek gelebileceği en iyi nokta, başlangıç ve gelişim süreci, başarıları ve Türkiye ekonomisindeki önemli yerini belirtti. Toplantı sonrasında UFRAD Geleneksel İftar Yemeği programı gerçekleştirildi.

Assoc. Prof. Dr. Mustafa AYDIN, the President of UFRAD, discussed the formation process and the true purpose of a brand, the care and value that should be given to a brand, creating a brand, growing a brand, and protecting a brand, as well as the underlying reasons and factors of a successful brand formation process. He emphasized the importance of UFRAD in this regard, its approach to investors, and the best possible outcome that can be achieved through its own economic power, as well as its beginnings, development process, achievements, and its significant place in the Turkish economy. Following the meeting, a Traditional İftar Dinner program was organized by UFRAD.





**GÜRKAN DONAT**  
UFRAD Yönetim  
Kurulu Üyesi

# Doğru Franchise, Doğru Franchisee İşin Püf Noktası

## The right franchise and franchisee key to success



Değerli Franchise dostları, bir franchise zincirine yatırım yaparak kendi işinin patronu olma adayları, 'franchisee'ler ve kendi marka zincirine güçlü halkalar eklemek isteyen 'franchisor'ların en çok önemstedikleri konuların başında bu 'seçim'i nasıl yapacakları konusu gelmektedir. Öyle ki, her yıl düzenlenen franchise fuar seminerlerimizde bu konu sürekli işlenmektedir.

Peki, bu seçim neden bu kadar önemli, yanlış yapılan seçimin sonuçları nedir ve hangi kriterler doğru seçime olanak sağlar, işte bu yazımızda özetle bu konulara değineceğiz.

Aslına bakarsanız taraflardan birinin bu seçimi tüm kriterleri göz önünde bulundurarak yapması potansiyel problemi büyük ölçüde ortadan kaldırırsa da, her iki tarafın da konuya aynı derecede önem vermesi kısa sürede ortaya çıkabilecek birçok problemi yolun en başında ortadan kaldırılması anlamını taşımaktadır.

Gelin önce franchisee gözü ile konuya bakalım. Bir girişimci aday olarak genellikle ilk tercihiniz alışveriş yaptığınız, satış noktalarının iyi iş yaptığını şahit olduğunuz, ürünlerini beğendiğiniz bir zincirin franchisee'si olmak yönündedir ki bu da gayet doğal ve haklı bir sebeptir. Hemen bir franchise almanın maliyetini araştırıp, güzel bir lokasyon da bulduğunuzda, cebinizdeki para da bu yatırıma yeterli ise kısa bir sürede kendinizi işin içinde bulabilirsiniz. Keza franchise marka sahibi de sadece yeriniz güzel mi, yatırımı yapabilecek sermayeye sahip misiniz gibi en temel birkaç kriter üzerinden hareket ediyorsa bu süreç çok hızlı işler ve işe hızlıca girmiş olursunuz.

Ancak bir franchisee adayının ilk imzayı atmadan cevabını alması gereken 50'ye yakın soru olduğunu biliyorsanız ve süreci bu sorulara cevap olarak sürdürüyorsanız çok ama çok daha doğru bir adım atmış olursunuz. Bu soruların birkaçına bakalım;

- Franchise zinciri kaç yıldır franchise sistemi ile çalışıyor?
- Bu süre içinde kaç franchise noktası kapanmış ve neden?

Why should this choice be so important, what would be the result of a wrong choice and which points lead to the correct one, this is the reason for my article.

If the truth is known if both the franchisee and the franchisor were both to focus on the key points of the choice many problems which quickly arise could be eliminated prior the commencement.

Come let's first look at the subject from the eyes of the franchisee. An entrepreneur usually makes the first choice of a company where he/she has seen the brand working well and likes their products viewing this is a correct and natural reason.

Immediately the price of the franchise is obtained, a good position chosen then if available capital suffices one can rapidly find oneself in the business. At the same time if the franchisor brand owner also only looks at the position and the franchisee's investment capability and acts on those the procedure all is quickly settled.

However prior to a franchisee candidate signing any kind of contract he/she should be aware that there are almost 50 questions which need to be asked in order to effect a more correct step. Let us look at some of these together;

- How many years has the Franchise chain system been in action?
- During that time period how many franchise branches have been closed and why?
- Are the remaining franchisee branches pleased with the brand owners?
- Who are partners with the brand, their education, their true past, their successes and failures
- Which is their plan of management, are those in charge experienced enough on their subject?
- Has your lawyer studied the proposed contract?





- Halen aktif franchisee'lerin ana firmadan memnuniyet durumu nedir?
- Firmanın ortakları kimler, eğitimleri, öz geçmişleri, geçmiş başarı veya başarısızlık hikayeleri
- Yönetim ne şekilde planlanmış ve sorumlu kişiler bu konuda yeterli tecrübeye sahip mi?
- Sözleşmeyi avukatınıza incelettiniz mi?
- Firma dürüstlük ve açıklık ilkelerine göre mi bir sözleşme hazırlamış, ön sözleşme süreci uygulanıyor mu?
- Yatırım için gerekli miktar sizin için tüm birikiminizi mi ifade ediyor yoksa gerektiğinde ikinci bir deneme yapacak kadar birikiminiz var mı?
- Firmanın reklam stratejisi, müşterilerinin genel algısı, arge biriminin olup olmaması
- Son teknolojiye uyumlu olup olmaması, stok, satış takip sistemlerinin verimliliği
- Eğitim politikaları, franchisee, personel, ön eğitim, iş süresince eğitim
- Denetleme sistemi
- Sistemden çıkış stratejisi

Bu liste uzayıp gidiyor ve en az 50 sorunun cevabını bilerek adım attığınızda sürprizlerle karşılaşma ihtimalini de azaltmış oluyorsunuz. Elbette bu soruların yanında kendinize samimi bir şekilde şunu da sormanız gerekiyor: 'Ben bu işi gerçekten çok severek yapmaya hazır mıyım?' Bu soruları soran, cevaplarını arayan ve ona göre yatırım kararı alan bir franchisee adayı, bir franchise marka sahibi açısından da altın kıymetindedir. Çünkü aslında yapılan bir alışveriş değil bir nevi bir ortaklıktır. Taraflar birbirlerini ne kadar iyi tanır, olumlu özellikleri kadar geliştirilmeye açık taraflarını da dürüstçe ortaya koyarlarsa bu birliklik o kadar uzun süreli ve sağlıklı olmaktadır. Franchisor'lar da franchisee adaylarını değerlendirirken birçok kriteri göz önünde bulundurmalıdırlar. Büyük zincirler, adeta işe alım sürecine benzer adayların karakter analizlerini dahi testlerle yapmakta, mümkün olduğunca riski azaltmaya çalışmaktadır. Peki, franchisor'lar açısından hangi kriterler önemlidir.

- Markanızı ne kadar tanıyor, aynı yatırım miktarı ile bambaşka bir işe de yapmaya meyilli biri mi?
- Eğitimi, geçmiş iş başarı ve başarısızlıkları, ticari tecrübesi
- Eğitim ve beceri bakımından işi yönetmeye yetkin mi, eğitim tamamlandığında başarılı olur mu?
- Franchise isteminin ilkelerine, sistemin kurallarına aşına mı?
- Yatırım için tüm birikimini mi kullanacak yoksa birikiminin bir bölümünü mü bu işe ayıracak?
- Finansal güvenilirliği var mı?
- Sistemin diğer franchisee'leri ile uyumlu olabilir mi?
- İnsan ilişkileri, iş prensipleri nasıl?

Franchise iş ortaklıkları, doğru kriterler dürüstçe ele alınarak değerlendirilip gerçekleştirildiğinde ortaya çok uzun yıllar sürecek ve her iki tarafı da büyütüp geliştiren, başarılı işler olmaktadır. Bir anlık heves, moda olduğu için atılan adımlar, ihtiyaç olduğu için verilen franchisee'ler ne yazık ki kısa sürmekte ve her iki tarafa orta vadede çok büyük zararlar vermektedir.

Bu yıl Tüyap'ta 19 - 22 Ekim tarihleri arasında gerçekleşecek Franchise İstanbul Expo'ya yaklaşırken tüm franchise dostalarına, doğru kriterlere dayalı atılmış uzun soluklu iş birliklikleri diliyorum.

- Has the brand effected the contract according to honest principles, is a pre contract being effected?
- Does the investment use up all your savings or should a second attempt be needed do you have additional capital?
- What is the brands advertising strategy, how does the public view it, has RD been effectively developed
- Does the brands technology meet that of todays, are figures for stock and sales systems effective
- Policies for training the franchisee, the personnel, primary and ongoing training
- Control methods
- The strategy for leaving the system

This list lengthens on and on and only when at least 50 questions are answered has a person somewhat diminished the possibilities of being faced by surprises. Then one must ask oneself "Am I ready myself to set up this business and ready to love doing it?"

A franchisee candidate who then makes a positive decision is worth his/her weight in gold to the owner of the brand, as in reality the franchisor and the franchisee are becoming partners. Meaning that the more the two know of each other in an open and honest manner the hope increases for a long term mutually satisfactory partnership.

By turn the Franchisor while evaluating the franchisee candidate must also study from many angles. The big chains while taking on franchisees even analyze their characters all in order to diminish risk taking. So then, which are the qualities which are important for the brand.

- How well does the candidate know the brand and with their same investment maybe they should choose a more suitable one for themselves?

- Their education, their previous successes and failures and their business experience.
- With their education and capacities are they capable of managing and after training is completed will they be successful?
- Are they familiar with the principles which are required in franchising?
- Will they be using their total savings or will they be keeping a part for another business?
- Are they to be trusted financially?
- Are they capable of working mutually with the other franchisees?
- How are they with social contacts and which are their principles of work?

When Franchise working partnerships are established under mutually correct criteria the result can be ongoing for years both the franchisor and franchisee can develop together successful businesses. However steps which are taken by a momentary whim or because the subject is the fashion unfortunately simply do not work for long and can result in both sides having large losses. To all my franchising friends I wish that they establish long and fruitful partnerships based on the correct criteria at the Tüyap Franchise İstanbul Expo.





# MÜKREMİN ÖZDEMİR: “2023 YILINDA DA GÜCÜMÜZÜ İYİLİK İÇİN KULLANMAYA DEVAM EDECEĞİZ.”

MÜKREMİN ÖZDEMİR: “IN 2023 ALSO WE SHALL CONTINUE TO USE OUR STRENGTH FOR GOOD CAUSES.”



**2022 yılı sonu itibarıyla, 65 ilde 200'ün üzerinde şubesiyle Türkiye'nin önde gelen pizza zincirlerinden biri olan Pasaport Pizza, 2023 yılını da 2022'de olduğu gibi hedeflerinin üzerinde tamamlamayı planlıyor.**

At the end of 2022 we at Pasaport Pizza had completed our goals with more than 200 branches spreading throughout 65 provinces and becoming one of the primary pizza chains in Turkey. Just as in 2022 we intend to fulfill now in 2023 our goals for this year.

## Şirketinizin açısından 2022 nasıl bir yılı ifade ediyor? 2022 nasıl geçti?

2022 yılı, küresel ekonomilerin pandemi sonrası başlayan enflasyon ve enerji krizinden olumsuz etkilenmesi nedeniyle çalkantılı bir yıl oldu. Buna rağmen 2022 yılı bizim için çok iyi bir yıldır. Yeni bayilerimizin sayısını 36'a yükselttik, yılı bitirmeden büyüme hedefimizin üzerine çıktık. Lezzet haritamıza 5 yeni il ekledik. Pasaport Pizza 2022 yılı sonu itibarıyla, 65 ilde 200'ün üzerinde şubesiyle artık Türkiye'nin önde gelen pizza zincirlerinden biridir. Ülkemiz genelinde gerçekleştirilen Ekonomiye Fayda Endeksi (EFE) sonuçlarına göre; 2020 ve 2021 yılında olduğu gibi 2022 yılında da Türkiye'nin ve Sektörünün Elmas Markası seçildik. Bu kriter, Ekonomiye Fayda Endeksi (EFE) raporuna göre marka ve kurumların ürün ve hizmet kalitesinin, yönetim performansının ve topluma sağladığı sosyal faydanın kamuoyu nezdinde bıraktığı algı izlerini ölçümlemek, değerlemek ve derecelendirmek amacıyla yapılıyor. 2022'de de Türkiye'nin en itibarlı yerli pizza markası unvanımızı koruyarak, 2011 yılından beri gerçekleşen Türkiye itibar endeksi, ekonomiye fayda endeksi, gençlik endeksi ve müşteri memnuniyeti endeksi verilerine göre, üç yıl üst üste başarı elde ederek sektörün ve ülkemizin sembol markalarından biri olduk. Yüzde 100 yerli sermaye ile yılda 14 milyon pizza severe lezzetimizi ulaştırıyoruz. Şu anda il bazında penetrasyon oranı en yüksek yerli markayız. Gönüllü topluluklarla birlikte yürüttüğümüz, köy okullarına destek ve sokak hayvanlarına mama yardımı projelerimizi gerçekleştirdik. Bunun yanı sıra Sahne Tozu Tiyatrosu ile birlikte yürüttüğümüz Ücretsiz Tiyatro Günleri sponsorluğumuz ile binlerce sanatseveri tiyatro ile buluşturduk. On sekiz üniversite kulübüne etkinlik desteği sağladık. Yaptığımız sponsorluk ve sosyal sorumluluk projelerimizle fevkalade bir yıl geçirdik diyebiliriz.

## Pasaport Pizza'nın 2023 hedeflerini öğrenebilir miyiz?

Mevcut şartlarda yarını kestirmenin çok güç olduğu bu dönemde, şu anki güçlü konumumuzu korumayı ve bölgesel liderliklerimizi daha da pekiştirmeyi hedefliyoruz. Seksen bir ilde şubeye sahip olarak Türkiye'deki tüm pizza severlere lezzetimizi ulaştıracağız. Yine sosyal sorumluluk proje ve sponsorluklarımızla, sorumlu bir şirket olarak topluma katkı sağlayan işler yapacak, 2023 yılında da gücümüzü iyilik için kullanmaya devam edeceğiz. Dijital dönüşüm epey uzun bir süredir gündemimizde ancak henüz istediğimiz noktada değil, 2023 hedeflerimiz arasında dijital dönüşümü hızlandırmak da yer alacak. Pasaport Pizza markası kooperatif mantığıyla büyüyor. Dolayısıyla biz her bir bayimizi ailemizin bir parçası olarak görüyoruz. Hedeflerimize ulaşmamız konusunda bunun çok etkili olduğunu düşünüyoruz. Bayilerimize güveniyor ve onlarla birlikte büyüyeceğimiz bu yolda, daima yanlarında olacağımızın altını çizmek istiyoruz. Bunun yanı sıra mevcut bayilerimiz için de tadilat ve yenileme projelerimiz devam ediyor. Yurt dışı için de Franchise / Master Franchise görüşmelerimiz sürüyor. İmza aşamasında olduğumuz yeni bayilik görüşmelerimiz var. 2023 yılını da 2022'de olduğu gibi hedefimizin üzerinde tamamlamayı planlıyoruz.

## For your company what did 2022 mean?

The year was tumultuous as after the pandemic then came the beginning of the world economic situation which was accelerated by the energy crisis. Despite such crises for us it was a very good year. We increased the number of our dealers by 36 meaning we had reached our enlargement goal before the end of the year. To our map of tastinesses we had added 5 more provinces resulting in our brand having more than 200 branches situated throughout 65 provinces and we had become one of the leading pizza brands in our country. The (EFE) index results showed us to be just as we were in 2020 and 2021 the index chosen Elmas (Diamond) Brand. The criteria of the Economic Usefulness Index is based on the performance of the brand or company, the quality and service of its product, its managerial ability and the social causes it offers to the population all these qualities are evaluated. In 2022 we again had the name of most reputed name in the domestic pizza brands, from 2011 onwards Turkey has had the EFE and in the index in all the categories - usefulness to the economy, to the youth and to customer satisfaction - our brand has come out in first place for three consecutive years making us into a symbolic brand. We are a totally domestically funded brand and we serve 14 million pizzas a year to the lovers of our tastes. Presently we are the domestic brand which has the highest province penetration percentage. We work with help groups supporting village schools and with feeding street animals. Additionally we have sponsored free show theater days and in this manner thousands of theatre lovers have been able to attend. We have supported eighteen university club events. Reviewing our sponsorships and our social projects we can rightly say that we have had a really good year.

## Will you tell us please of the goals your brand has for 2023?

Under the present circumstances it's difficult to say however we shall work hard to protect our strong position and re enforce our leadership in the provinces. We shall ensure that all the lovers of our tasty pizzas in Turkey are able to obtain them. Again as a company which is well aware of its social responsibilities, we shall in 2023 use our strengths to the benefit of the population. Our digital transformation has been discussed often however it is still not in the position we wish it to be consequently one of our 2023 goals must definitely be to speed up that procedure. Our brand Pasaport Pizza is enlarging under the cooperative method. Consequently we regard all our dealers as our family partners. We strongly believe that this mentality plays a large role and has great value in reaching our goals. We have belief in our dealers and we shall enlarge together I also wish to state categorically that we shall always support them. Additionally we help our existing dealers with renewal projects or with repairs. Abroad our Franchise / Master Franchise meetings continue. We also have talks with new dealers which are about to be signed. In 2023 just as we did in 2022 we plan to reach our goals.





TÜRKİYE  
İTİBAR  
ENDEKSİ  
2021  
TÜRKİYE'NİN EN İTİBARLI  
YERLİ PIZZA  
MARKASI

EKONOMİYE  
FAYDA  
ENDEKSİ  
ELMAS MARKA

TÜRKİYE İTİBAR AKADEMİSİ  
Müşteri  
Memnuniyeti  
ENDEKSİ  
LİDER MARKA

TÜRKİYE İTİBAR AKADEMİSİ  
GENÇLER ENDEKSİ  
G250

%100 YERLİ SERMAYE İLE  
İZMİR'DE DOĞARAK TÜRKİYE'YE

# PIZZAYI SEVDİREN MARKA!

f @ in pasaportpizzatr | www.pasaportpizza.com



TÜRKİYE'NİN EN İTİBARLI  
YERLİ PIZZA  
MARKASI

65'İLDE 200'DEN  
FAZLA ŞUBE



## KEZBAN GEDİZ: "AMACIMIZ, FRANCHISING SEKTÖRÜNDE ETKİN VE KALICI ÇÖZÜMLER ÜRETMEK." KEZBAN GEDİZ: "OUR AIM IS TO PRODUCE EFFECTIVE AND PERMANENT SOLUTIONS FOR THE FRANCHISING SECTOR."

Arkad Franchise başarılı bir marka yaratmak isteyen firmalara, durmadan gelişmeyi hedeflemelerini öneriyor. Başarılı bir markaya dönüşmek için franchise vermeyi bir sonuç olarak değil, bir başlangıç olarak görmek gerektiğinin altını çizen Kezban Gediz ile Arkad Franchise hakkında konuştuk.

Arkad Franchise is a company which offers solutions for brands which wish to evolve an ongoing development in their company. So as to be successful a brand cannot simply offer franchises instead it should not think as the giving of franchises as the last step but instead view it as the beginning and while Kezban Gediz was discussing Arkad Franchise with us this was the point which she stressed extremely firmly.

### Sizi kısaca tanıyabilir miyiz?

Uzun yıllar birden fazla sektörde faaliyet gösteren firmaların marka yönetimi, operasyon yönetimi, marketing, satış geliştirme departmanlarında yönetici olarak çalıştıktan sonra profesyonel takım oluşturarak 2021 yılı itibarıyla Arkad Franchise'ı kurduk ve hizmet vermeye başladık.

### Firmanızın kuruluş ve gelişim süreci hakkında bilgi alabilir miyiz?

Arkad ailesi olarak Franchising sektörüne on yıldır aşinayız. Bununla birlikte bizi geliştiren en dinamik sektörün de bu olduğunu fark ettik ve bir süre sonra bu alanda araştırmalar yapmaya başladık ki böylece hizmetlerimizin çerçevesini belirlemiş olduk. Markalaşmak ve franchise vermek isteyen tüm işletmeler ile kendini kanıtlamış markalar, franchise ağımlı geliştirmek için bizimle çalışabiliyor. Biz de marka amacına uygun, kalıcı ve etkin çözümler içeren hizmetler sunmaya çalışıyoruz.

### Girişimcilerin firmanızı tercih etme nedenleri nelerdir?

Arkad Franchise; marka özelinde geliştirdiği çözümlerle, fayda maliyet esasına dayalı teklifler sunuyor. Geliştirdiğimiz yapay zeka teknolojisi ile hedefe yönelik lokasyon ve yatırımcı seçimi yapabiliyoruz. Markanın kalıcı tabele değerini koruyacak adımları ilk sıraya alıyor, bize başvuran markaların ihtiyacına yönelik hizmetler sunmaya çalışıyoruz. Deneyimli kadromuz ile öngörülebilir riskleri önceden hesaplıyoruz. Markalar bizimle çalışmaya başladığında kendilerini güvende hissediyorlar, çünkü bunu sağlıyoruz. Her marka için ayrı çalışmalar yapıyor, yürütüyor ve gizliliği esas alıyoruz.

### Girişimcilerin başarılı olması için nelere dikkat etmeleri gerekir?

Arkad Franchise olarak başarılı bir marka yaratmak için durmadan gelişmeyi hedeflemelerini öneriyoruz. Başarılı bir markaya dönüşmek; franchise vermeyi bir sonuç olarak değil ancak bir başlangıç olarak gördüklerinde gerçekleşecektir. Girişimciler yatırım yaptıkları işe artı değer kattıklarında büyümeye ortak olurlar. Başarılı olmak için marka kurmanız yetmez işinizi sürekli geliştirmeniz ve yenilikçi olmanız gerekir. Markalar, başarı hikayelerinden esinlenirken bölgelerinin çevresel ve ekonomik dış koşullarını göz ardı etmeden yola çıkmalıdır. Sermayeleri sadece paradan ibaret olmasın, sürekli kendilerini ve işlerini geliştirsinler. Başarılı olmak için hayallerini ertelemesinler; onları heyecanlandıran iş fikirleri bizi de heyecanlandırıyor. Hiçbir şey yapmamak en büyük risktir, harekete geçmek başarısız olma riskini azaltır. Denenmemiş her şeyi kayıp olarak görüyoruz.

### Faaliyet gösterdiğiniz alanın geleceği ile ilgili düşünceleriniz nelerdir?

Yatırımın ve yatırımcının kazanç sağlamasına ve organik büyümesine katkı sağlayan en hızlı yöntemin Franchising olacağına eminiz. Franchising sistemi; işletmenin büyütülmesinde en etkin yöntemlerden biri olmayı uzun yıllar sürdürecektir. Elbette süreç yönetimleri sürekli evrilecek ve yeni oluşan ihtiyaçlara cevap veren yeni markalar oluşmaya devam edecektir. Franchising sektörünün bu dinamik yapısı da bu işi sevmemize ve yatırım yapmamıza olanak sağlıyor. Franchise sistemlerinin pratik uygulama sahalara sahip olması hızlı sonuç almayı elverişli hale getiriyor.

### Önümüzdeki dönem hedeflerinizle ilgili bilgi alabilir miyiz?

Önümüzdeki bir yıl içerisinde Arkad Franchise Amerika ofisimizi açmayı planlıyoruz. Yüzde yüz yerli sermaye ve yerli yatırımcı ile kurulan firmamız gelecekte Orta Doğu ve Avrupa'da yayılmayı amaçlıyor. Franchising sektöründe etkin ve kalıcı çözümler üretmek, evrensel markaların yaratımına katkı sağlamayı amaçlıyoruz.

### Will you please briefly introduce yourself?

For long years I worked with companies in different sectors managing, managing operations, marketing, head of sales development then in 2021 I formed a professional team and founded and began working Arkad Franchise.

### Will you tell us about the founding and the development of your company?

The Arkad family has been familiar with the Franchising sector for ten years. At the same time we realized that this sector which we were working in was in fact the most dynamic sector on the market and after a while we started to research it in this manner decided upon the framework of our new setup. All branded and franchise offering companies can work with us. We in turn work to give solutions which are both permanent and effective and in keeping with the image of the brand.

### Why do entrepreneurs choose to work with your company?

Arkad Franchise; because of our effecting solutions which comply extremely well with the brands image and evolve offers based on practicality. Due to the artificial intelligence system which we have developed we can both find a location and choose our entrepreneurs. We attach great, in fact our primary importance, to protecting the already existing value of a brand while we offer effective solutions and advice. Due to the experience which our team has we are able to evaluate risks prior to their occurring. When a brand begins working with our company from the actual beginning it feels secure, we ensure that. For each brand we work differently and while ongoing we ensure that the basic principle is security.

### What should entrepreneurs pay great attention to for success?

Arkad Franchise in order to become successful believes that developments be an ongoing process. To become a successful brand; it is essential to view the giving of franchises not as a completion on the contrary they must see it as the beginning that is the road they need to take. When an entrepreneur invests he/she becomes part of a cost and benefit growth. Brands should be inspired by other success stories while not ignoring district, surrounding and the economy. Capital is not based on money alone, they must continually develop both themselves and their work. To be successful do not give up your dreams. The ideas and excitements that their business dreams offers them also enthruses us. The biggest risk of all is to do nothing going into action reduces the risk somewhat. Any untried opportunity we view as a loss.

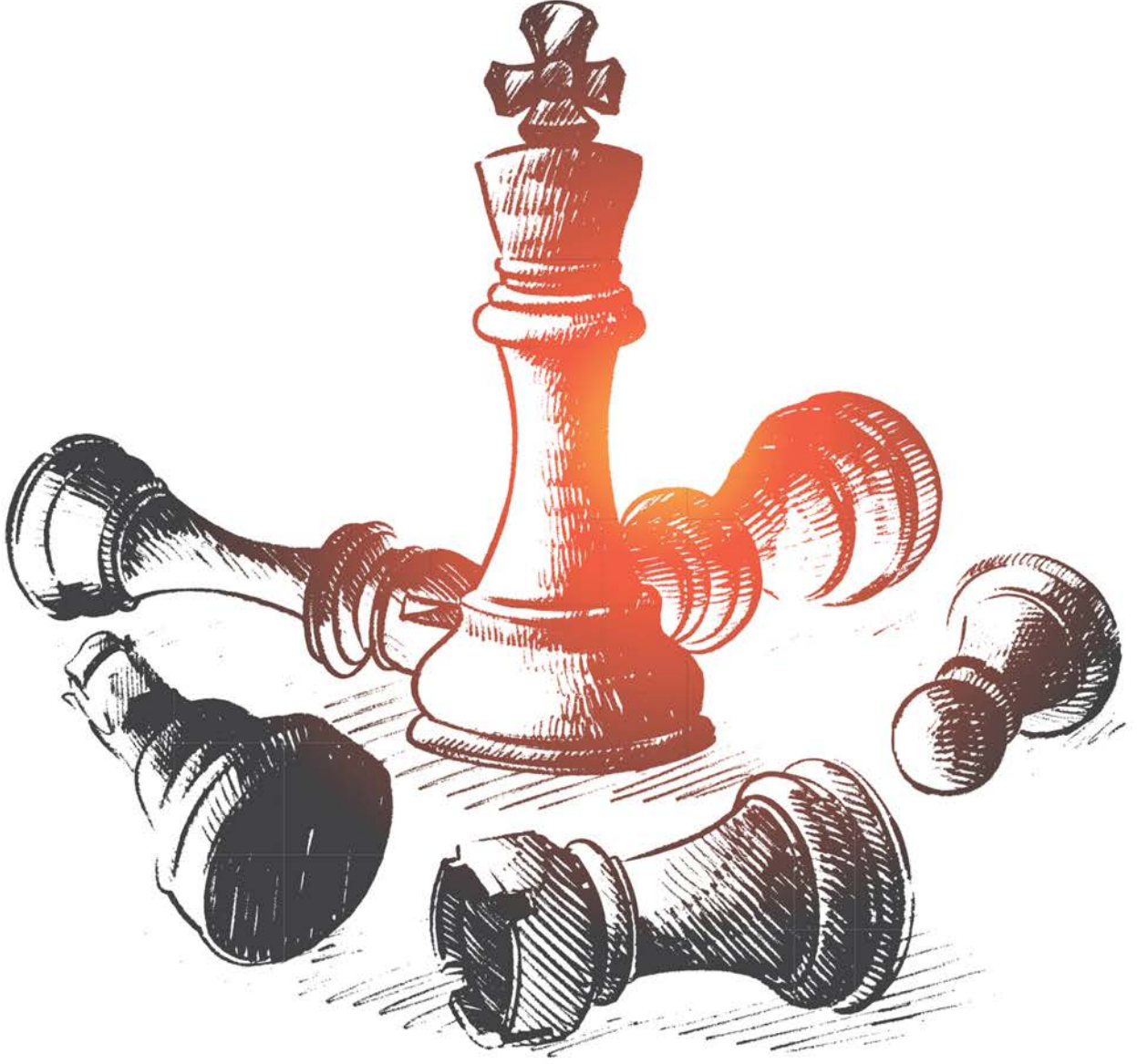
### What are your thoughts on the sector in which you are?

We believe that investment and the income it can bring will be by the rapid Franchising system, and for many years to come that will be most effective. Naturally during that period many new brands will be formed to meet upcoming requirements. The Franchising sector with its dynamic formation, our love of a business and the investment opportunity is ensured. The practicality of the Franchise system will evolve and bring it to the ability of becoming even more rapid.

### May we learn of your goals for the upcoming period?

During the coming year Arkad Franchise plans the opening of its American office. We intend to spread throughout the Middle East and Europe with our one hundred percent domestic capital. We intend to make effective and on going solutions in order for brands to become universal.





# İŞİNİ BİLEN MARKALARIN TERCİHİ

## NELER YAPIYORUZ?

Kurumsallaşmadan franchise sistem kurulumuna, marka pazarlamasından anahtar teslim saha uygulamalarına varan tüm hizmetleri tek çatı altında birleştiren ilk ve tek markayız.





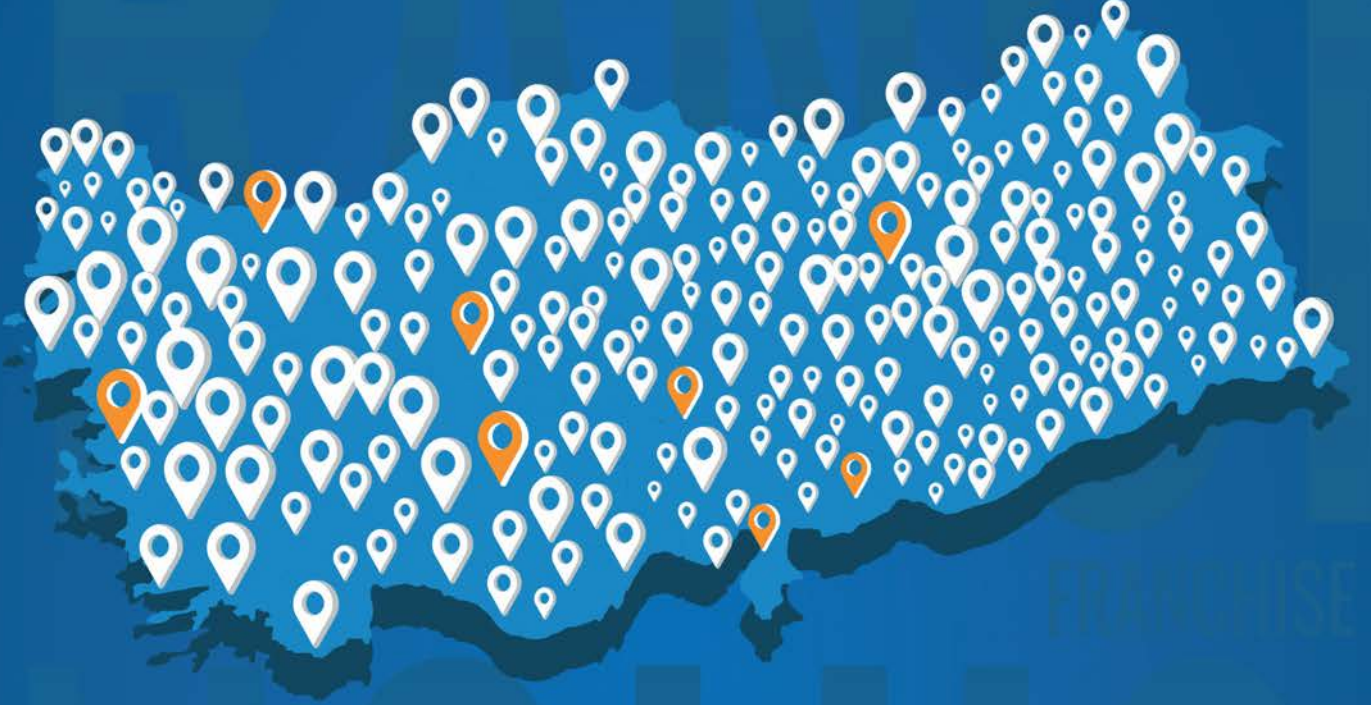
## ARMİYA TEKNOLOJİ “LEZZETLERİMİZ FRANCHISE İLE BÜYÜYOR” ETKİNLİĞİ DOLU DOLUYDU THE ARMIYA TECHNOLOGY ACTIVITY WHICH THEY NAMED “TASTES DEVELOP TOGETHER WITH OUR FRANCHISES” WAS EXTREMELY WELL ATTENDED

Armiya Teknoloji'nin Konya Ramada Plaza'da düzenlediği “Lezzetlerimiz Franchise İle Büyüyor” konulu konferans, franchise sektörünün uzman isimlerinden Çiğköftem Markası Genel Müdürü Nezif Emek'in sunumuyla gerçekleşti. Konya NEÜ Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölüm Başkanı Doç. Dr. Yılmaz Seçim ve YFY Yatırım Franchise Danışmanlık sahibi Erol Işık'ın da katıldığı etkinlik franchise ile ilgili tüm sorulara cevap verdi. Firma sahiplerini, girişimcileri ve üniversite öğrencilerini bir araya getiren konferansın moderatörlüğünü S.Ü. İletişim Fakültesi Reklamcılık Bölüm Başkanı Prof. Dr. Hüseyin Altunbaş yaptı. Konferansın sonunda Armiya Teknoloji Genel Müdürü Ali İhsan Tuğ ve Genel Müdür Yardımcısı Özgen Kart, Nezif Emek'e ve konferansın moderatörlüğünü yapan Prof. Dr. Hüseyin Altunbaş'a hediyelerini takdim ettiler.

The conference which Armiya Technology gave titled “Tastes develop together with our franchises” was given in the Konya Ramada Plaza and many of the experts in franchising were present to listen to the discourse given by the Çiğköftem Brand General Manager Nezif Emek. The head of the Konya NEÜ Gastronomic and Kitchen Arts Division Doç. Dr. Yılmaz Seçim and the owner of the YFY Investment Franchise Consultancy Erol Işık answered all the asked questions. The conference which brought together brand owners, entrepreneurs and university students was moderated by the S.Ü. Communications Faculty Advertising Division Head Prof. Dr. Hüseyin Altunbaş. At the end of the conference the Armiya Technology General Manager Ali İhsan Tuğ and the Assistant to the General Manager Özgen Kart presented gifts to Nezif Emek and the moderator Prof. Dr. Hüseyin Altunbaş.



# ARMİYA LEZZETLERİMİZİ



## FRANCHISE İLE BÜYÜTÜYÖR



@ArmiyaTeknoloji



0850

346 0 276

armiya.com • bilgi@armiya.com

Merkez: Akmerkez, Nispetiye Cad. B-3 Blok Kat 8 No: 7001 Beşiktaş/İSTANBUL

VEGA  
ARCTOS



VEGA  
MASTER

VEGA  
SelfM

FASTER  
POS



# TÜRKİYE'YE KÜNEFEYİ SEVDİREN ADAM!

## THE TURKISH MAN WHO HAS PEOPLE LOVING KÜNEFE!

Türkiye'de ilk defa Yalova'da hayata geçen "Mobil Künefe", kapıda pişirme yöntemiyle Antep'in eşsiz lezzeti künefeyi müşterilerine ulaştırıyor. 1996 yılından bu güne, turizm ve otelcilik tecrübesine sektör deneyimini katan Akif Aydın, Doğu Anadolu yöremize ait Künefe Tatlısını "Kapıda Pişirme" yöntemi ile tüm Türkiye'ye tanıtıyor. Yalova'da bulunan işletme, kapıda pişirme yöntemi adı altında geliştirdiği hizmet ağıyla bu özel lezzeti, en sıcak ve ekonomik şekilde tüketicinin beğenisine sunuyor. Bu hizmeti geliştirip, kurumsallaşmayı amaç edindiklerini belirten Akif Aydın, kapıda pişirme hizmetini yurt dışına taşıma hedefinde olduklarının altını çizerek sistem hakkında şu açıklamaları yapıyor: "Pandemi, restoran-cafe sektörüne büyük bir darbe vurdu ve hepimiz uzun bir süre evlerimizde kalmak zorunda kaldık. Bu dönemde biliyorsunuz Online siparişler gündeme geldi ve müşteri tarafından da büyük kabul gördü. Aynı dönemde işletmesini yaptığım markanın bayiliği pandemi dolayısıyla pek de parlak zamanlar geçirmiyordu. Bu aşama da "Neler yapabilir, işimizi nasıl geliştirebilir ve ciromuzu nasıl artırırız?" diye düşünmeye başladım. Evet, siparişler geliyordu ama künefe müşterilerimize ulaştırıncaya kadar soğuyordu. Böylece mobil araç içerisinde pişirmek gibi bir fikir geliştirdim. Bu pişirmeyi yapabileceğim koşullara uygun bir araç satın aldım ve içerisine gerekli sistemi yerleştirdim. Böylece, müşteri künefe siparişi verdiğinde kapısına kadar gidip, araçta pişiriyor ve hemen sunabiliyoruz. Mobil künefe sistemi müşterilerimiz tarafından beğeni ile karşılandı ve giderek de daha fazla alana hizmet veriyoruz. Bununla birlikte, Franchising ağı için UFRAD'ın duayen yöneticileri ile görüşerek, sistemimizi yurt içi ve yurt dışına yayma planlarımız üzerinde de çalışmaya devam ediyoruz."

Mobil künefe sistemi, yüksek olmayan bir bütçe ile oldukça karlı ve düşük riskli bir alan sunuyor. Mobil sistemi sayesinde sabit bir dükkan yerine istediğiniz yerde künefe hizmetini verebiliyorsunuz ve böylece araca yaptığınız yatırımınızın yüzde 90'ı garanti altında kalıyor. Online satış yapan Trend Yol, Getir Yemek ve Yemek Sepeti ile Mobil Künefe'nin kendi uygulaması üzerinden siparişlerinizi verebiliyorsunuz.

### Mobil künefe nedir?

2020 yılında tüm dünyayı derinden sarsan Pandemi sürecinde insanlar evlere kapandı. Böylece paket servis hizmet verme zorunluluğu gündeme geldi. Bu iş modeli, künefenin en hızlı ve en sıcak şekilde, araç içinde kapıda pişirme yöntemiyle oluşturulan kurumsal bir hizmet projesidir. Bu proje Jumbo Grup - Akif Aydın'a aittir.



In Türkiye the "Mobil Künefe" came into being in Yalova by the system of cooking künefe\* on the road to the customers door. The unbeatable flavour of künefe and the manner in which it is cooked are the speciality of Antep. Akif Aydın has since 1996 been adding his know how to the hotel and tourism sectors and by the "Preparing at the Door" system he is now introducing this dessert to the whole of Türkiye. The business is to be found in Yalova and the service network for this system set up there and the sweet with its special flavour is delivered warm to the customers for their enjoyment. This service has been developed and industrialized so that it can be effected abroad Akif Aydın stated in conjunction: "The Pandemic created havoc in the restaurant-cafe sector when everyone was obliged to stay at home for a long time. As we know the operation of Online orders were the main subject with customers delighted to use that service. However at the same time brand dealers were not doing well. At that point I began to ponder what could be done, how can we develop our businesses and increase the amount of our turn over?". Yes orders were coming but by the time the künefe reached the customer it was becoming cold. That was when I began to develop a system whereby it could be cooked in a mobile vehicle. I bought a vehicle into which I fitted an appropriate system. In such a manner when an order was given it began to be cooked and when it arrived at its destination delivered warm. Customers appreciated this system and we are effecting service to more and more places. At the same time I met with veteran managers from UFRAD to discuss a franchising network system suitable for domestic and foreign markets and we continue to work on those plans."

The Mobil künefe system offers an opportunity needing only a small budget but bringing the opportunity to make a profit while carrying only a small risk. With this mobile system rather than a shop in a fixed position our service can be effected anywhere we wish so that the investment we made for the vehicle remains 90% guaranteed. The brands Trend Yol, Getir Yemek and Yemek Sepet all effect on line sales and now customers can have their künefe by means of our system.

### What is Mobil künefe?

In 2020 the whole world was deeply shaken by the Pandemic and having to stay in their own homes. During that time packet service became essential. This work system for customers to receive their künefe swiftly and warm, the cooking inside a vehicle is an industrialized service project. This project is the property of the Jumbo Group-Akif Aydın. \*Künefe is an extremely special very sweet Turkish dessert which originates in Gaziantep.



# Künefe Lezzeti Her Yerde!



**TÜRKİYE DE  
BİR İLK!**

Kapıda pişirme  
yöntemiyle  
sıcak künefe  
satıyoruz!  
Haydi sizde  
projemize  
katılın beraber  
kazanalım!

**Franchise Hatı  
0537 275 8620**

**Mobil Künefe**



# MAXIJETT BAYİLİK VEREREK TÜRKİYE GENELİNE AÇILIYOR

## OFFERING FRANCHISE OPPORTUNITIES IS SPREADING GENERALLY IN TÜRKİYE



Maxijett, değişen tüketim toplumumuzda yeni model ortak havuz sistemiyle çalışan hızlı paket teslimat sistemidir. 2020 yılında hizmete başlayan Maxijett 75'ten fazla aktif kurye personeli ve 120'den fazla motor kapasitesiyle aynı anda bir bölgede 150'den fazla firmaya hizmet verebilen teknolojik alt yapıyla hızla büyümeye devam etmektedir.

Havuz sisteminde bulunduğu kuryeler ile firmaların müşterilerine hızlı ve verimli bir şekilde teslimat yapmayı mümkün kılan güçlü bir sürücü ağı ve teknolojik alt yapısı vardır. Maxijett ile çalışan firmalar sabit kurye çalıştırmaktan daha uygun maliyetli ve daha hızlı teslimat yapabilmektedir. Maxijett ile çalışan kuryeler daha verimli çalışma koşullarına erişmektedir.

Maxijett, Türkiye geneli Franchising bayilik vermek için şu anda Denizli, İzmir ve Aydın'da kurumsallaşma ve atyapı çalışmalarını yürütmekte, 2023 sonu itibarıyla tüm Türkiye'ye açılırken yeni iş modeli arayan yatırımcıların ve girişimcilerin yerlerini almasını isteriz. Maxijett nasıl kazandırır? Maxijett, çalıştığı bölgede bünyesindeki ihtiyaç kadar kuryelerin tüm maliyetlerini en kötü dağıtım zamanında dahi çıkardıktan sonra yatırımcısına en az düzenli % 10 kar elde etmesini sağlar. İşlerin iyi olması durumunda bu kazançlar yukarı doğru çıkar. Bu süreçte firmalar teslimat maliyetlerini düzenli olarak aşağı çekmiş olur. Maxijett ile yatırımına devamlılık ve kazanç katmak isteyen girişimciler; detaylı bilgi almak için mutlaka bizi arayın, görüşelim.

Bize [www.maxijett.com.tr](http://www.maxijett.com.tr) ve ile iletişim bilgilerimiz üzerinden ulaşabilirsiniz. Birlikte büyümek dileğiyle, hayırlı bol kazançlar dileriz.

Maxijett is a fast package delivery system that operates with a new model called the shared pool system in our changing consumer society. Introduced in 2020, Maxijett continues to rapidly expand with over 75 active courier personnel and a capacity of more than 120 motorcycles, capable of serving over 150 companies in the same region simultaneously with its technological infrastructure. The pool system includes a strong driver network and technological infrastructure that enables fast and efficient delivery to the customers of companies.

Companies working with Maxijett can achieve more cost-effective and faster deliveries compared to employing dedicated couriers. Couriers working with Maxijett have access to more efficient working conditions.

Currently, Maxijett is conducting institutionalization and infrastructure work in Denizli, Izmir, and Aydın in order to offer franchising opportunities nationwide in Turkey, aiming to expand to the whole country by the end of 2023 and welcome investors and entrepreneurs seeking new business models. How does Maxijett bring profit? Maxijett ensures that its investors achieve a minimum regular profit of 10% after covering all the costs of the couriers within its operating area, even during the worst delivery times. In case of favorable conditions, these profits increase. During this process, companies can consistently reduce their delivery costs.

Entrepreneurs who want to ensure continuity and profitability in their investment with Maxijett are encouraged to contact us for detailed information and to arrange a meeting.

You can reach us through our website [www.maxijett.com.tr](http://www.maxijett.com.tr) and our contact information. Wishing growth together, we wish you prosperous and abundant profits.



# TÜRKİYE GENELİ

## YENİ NESİL PAKET DAĞITIMI İLE KAZANÇ KAPISI

# MAXIJETT



+150  
FİRMA

**MAXIJETT**

Aynı anda 150'den fazla firmanın takibini ve saha işleyişini organize edebilmektedir. Anında teknik desteğe sahip seçkin ekibe sahiptir.

**MAXIJETT**

Aynı anda 75'ten fazla kuryenin konumunu, paket bilgilerini ve atama süreçlerini organize edebilmektedir.

+75  
KURYE



**BAYİLİKLER  
VERİLECEKTİR!**

**BİZİMLE  
İLETİŞİME GEÇİN**

+90 535 252 35 55

[info@maxijett.com.tr](mailto:info@maxijett.com.tr)

[www.maxijett.com.tr](http://www.maxijett.com.tr)

MAXIJETT

**MAXIJETT**



# tavuksepeti



## YARATICI BİR DOKUNUŞ İLE BAMBAŞKA LEZZETLERE... To different tastes with a creative touch... FRANCHISING SİSTEMİ İLE BİRLİKTE BÜYÜYELİM LET'S GROW TOGETHER WITH THE FRANCHISING SYSTEM

Yüzde yüz yerli bir marka olan Tavuk Sepeti, yabancı firmaların büyük yatırım maliyetleriyle sunduğu ürünü, şık bir konsept ve düşük maliyet oranları ile tüketicisine ulaştırıyor. Mükemmeliyetçi bir yaklaşımla kalitesinden ödün vermeyen Tavuk Sepeti misafirlerini, başarılı yönetim kadrosu, tecrübeli şefleri ve leziz menüleriyle ağırlıyor. Marka hizmet anlayışını, "En leziz menülerimizi, profesyonel servis kalitesi ve şık sunumlarımızla sizlere ve konuklarınıza sunmanın mutluluğunu yaşıyoruz. Tavuk Sepeti'nde müşteri memnuniyetini ön planda tutarak, ilk günkü hizmet kalitemizi aynı özen ve hijyen koşulları içerisinde gerçekleştiriyoruz. Tavuk Sepeti, sizlerin damak zevkine uygun olarak en leziz alternatifleri sunmaya devam ediyor," şeklinde açıklıyor.

### "A" kalite malzemeler

Tavuk Sepeti'nin lezzet sırrını, usta aşçılar ve yemek üretiminde kullanılan "A" kalite malzemelerin kontrollü bir şekilde hazırlanması oluşturuyor. Menüde yer alan tüm ürünler besin değerleri dikkate alınarak hazırlanıyor. Ürünler, tezgâhtan mutfığa ve pişirimleri süresince sürekli olarak kontrol ediliyor. Böylece hazırlık aşamasında risk içeren tüm ürünler bakteri üretilmesini önleyen ortamlarda saklanıyor.

### "Franchising sistemi ile birlikte yürüyoruz!"

Kolay üretim prosesleri ve franchise fırsatları ile her zaman bayi adaylarının yanında olduklarını dile getiren marka yetkilileri, Tavuk Sepeti'nin başarısını kanıtlanmış bir iş modeli olduğunun altını çiziyor. Marka, sürekli büyüyen pazara nakit geri dönüşü sağlıyor. Bununla birlikte benzer sektörlere kıyasla, uygun yatırım maliyetleriyle kişilere kendi işine sahip olma imkânı sunuyor. Şubelerde 6-7 personel istihdamı olan Tavuk Sepeti'nde, müşterilere her zaman taze ürünler hazırlanıyor. Ürün çeşitliliği ile her kesime hitap edilerek, yüksek kar marjı elde edilmesi sağlanıyor. "Bulduğunuz bölgede sizi farklı kılacak lezzetleri, yan ve diğer tüketim ürünleriyle sunmak cironuzu yükseltir," diyor marka yetkilileri. Franchise fırsatları ile dikkatleri çeken marka, Türkiye'nin bu sektörde en iyi isimlerinden biri olarak, misafirlerine daima en kaliteli ve lezzetli ürünleri sunmak için kendini geliştirmeye devam ediyor. Kalitesini vizyon ve misyonuyla birleştiren, deneyimli ve titiz kadrosuyla Tavuk Sepeti, yeni bayi adaylarıyla büyük başarıları ve birçok sürdürülebilir projeye imza atmayı hedefliyor.

Tavuk Sepet is a 100% domestic brand, while the foreign brands with their high investment based food are expensive this brand is able to reach their customers by way of their chic concept and lower investment costs. Tavuk Sepet effects business never deviating from its principle of perfect quality. Tavuk Sepet welcomes its customers by way of its successful management team, its experienced chefs and its tasty menus. The brand's understanding is "The tastiest food, professional quality of service and the chic presentation and we are delighted to be able to offer them to you and to our guests. Tavuk Sepet always maintains customer satisfaction and today just as on our first day we effect our work with great care and within the correct hygienic conditions. Tavuk Sepet offers the very best and tastiest alternatives to appeal to your palate."

### "A" quality ingredients

The secrets of the brand's tastes are in its master cooks and its ingredients which are "A" quality tested. In this manner in the preparation time the growth of bacteria which could appear on any product cannot occur as they are kept in the necessary protective positions.

### "Let's move forward by the Franchising system!"

The authorities of the brand say that because of their easy production processes together with the opportunities which the franchising system offers plus the fact that the brand is using a success proven system which is there to support the franchisees. The brand in this ever enlarging sector obtains return in ready cash. Because of these reasons compared to other sectors it offers a viable investment where investors can be owners of their own work. The branches, which offer employment to 6 or 7 people, always prepare fresh food for customers. The choices of products appeals to all groups of people and offers a high profit margin. "In the region where your branch is situated the brand's tastes make it different to others and the side items which are consumed add to your profit margin" stated a responsible person of the brand. The brand also draws attention to itself as being one of the best names in the sector, it always offers its guests high and tasty quality and it continues to always develop itself. With the brand's vision of quality joined to its mission, its experienced and careful team Tavuk Sepet aims to make its franchisee candidates very successful and to put its name to many feasible projects.



# tavuksepeti

## LEZZETİ KALİTEDE ARAYANLARA!

### FRANCHISING SİSTEMİ İLE BİRLİKTE BÜYÜYELİM

**%100** yerli  
doğal



**Siz de bu lezzete ortak olmak için bize katılın**

Başvurularınız için



/tavuksepeti • [www.tavuksepeti.com.tr](http://www.tavuksepeti.com.tr)

**PANORA AVM** Oran Mahallesi Turan Güneş Bulvarı Panora AVM No :182/231 Çankaya / **ANKARA**

[www.tavuksepeti.com.tr](http://www.tavuksepeti.com.tr) • [alialbayrak@tavuksepeti.com.tr](mailto:alialbayrak@tavuksepeti.com.tr)

+90 532 284 95 95



# HÜSEYİN KÖMÜRCÜOĞLU: "HEDEFİMİZ TREND DÜRÜM MARKASINI DAHA YUKARILARI TAŞIMAK." HÜSEYİN KÖMÜRCÜOĞLU: "OUR GOAL IS TO CARRY OUR BRAND TREND DÜRÜM TO NEW HEIGHTS."



Franchising çalışmalarına hız veren Trend Dürüm'ün hedefleri arasında ülkemizin kalkınma planlarında pay sahibi olmak, çalışan istihdamını daha çok arttırmak, yemek yiyerek mutlu olan kesim oranını yükselterek Trend Dürüm markasını daha yukarılara taşımak ilk sırada geliyor. Hüseyin Kömürcüoğlu ile Trend Dürüm hakkında konuştuk.

Trend Durum has speeded up its franchising work and among its goals are to become part of the development of our country's economy, to increase employment and have those eating out enjoying their food these are their wishes as they take the Trend Durum brand to new heights. We discussed the brand Trend Durum with Hüseyin Kömürcüoğlu.

## Sizi tanıyabilir miyiz?

Lise tahsilimi turizm otelcilik, üniversite tahsilimi ise turizm otel işletmeciliği üzerine yaptım. Akdeniz ve Ege bölgelerindeki yıldızlı otellerde branşında uzmanlaştıktan sonra kariyerimi üst sınıflara taşıyarak, turizm ağırlıklı bölgelerde birçok işletmenin kuruluş aşamalarında ve yönetim sürecinde bulundum. Şu anda Trend Dürüm Yönetim Kurulu Başkanım.

## Trend Dürüm'ün hikayesini anlatır mısınız?

Ailemizin diğer bireyleri de organik tarım, gıda teknolojileri ve inşaat sektöründe üniversite tahsillerini yapmıştır. Bundan dolayı, en önemli atılımı yaparak Trend Dürüm ailesini oluşturmaya karar verdik. Çalışmalarımıza inşaat sürecinden başlayarak yeme-içme grubu ve profesyonel ekibimizle beraber sektörde söz sahibi olmak için çaba sarf ediyoruz. Hedefimiz "Gelenekten Geleceğe" sloganıyla Trend Dürüm'ü, nesilden nesle aktararak, eşsiz lezzetli markamızın öz verili ve çalışan ekibiyle yola devam etmektedir. Konseptimiz; logosunda da görüldüğü üzere ateşin et ile dansını, doğal yollarla piştiğini hissettirebilmek, tek merkezli üretim yaparak aynı kaliteyi ve reçeteyi bozmadan, koşullar ne olursa olsun, şubelerin garnitürlerine kadar kontrollü bir şekilde hizmet etmektedir. Tüm şubelerimizde; üretimden misafir memnuniyetine kadar takipte olan şube müdürlerimiz işlerinin başındadır.

## Menüde ne tür lezzetler yer alıyor?

Menümüzde; Adana Kebap (Acılı), Urfa Kebap (Acısız), Gaziantep Simit Kebap (Oruk), Antrikot ve olmazsa olmaz Özel Trend Special Kebap mevcuttur. Tavuk çeşitlerinden ise Tavuk Kebap, Tavuk Şiş, Çıtır Tavuk dürümler sunulmaktadır. Vegetaryen ürün olarak, protein değerleri yüksek Orta Doğu'nun seçilmiş lezzetli olan özel Trend Dürüm Sosu ile Falafel Dürümümüz vardır. Lavaş ve dürüm yemek istemeyen misafirlerimiz için Tavuk ve Falafel Sandviç seçeneklerimiz de bulunmaktadır. Ara sıcak olarak ürünlerimiz ise; İçli Köfte, Patates Kızartması, Paçanga Böreği, Çıtır Tavuk, Falafel, Soğan Halkası, Çıtır Çubuk ve tabii ki kültürümüzde de önemli bir yeri olan, Kemik Suyundan Günlük Mercimek Çorbası da mevcuttur. Tatlıyı da unutmamak! Menüümüze son zamanların pratik, lezzetli ve trend olan Churros (İspanyol) tatlısını çikolata ve karamel sos eşliğinde misafirlerimize sunmaktayız. 7'den 70'e hedefimiz olan ve çocuklarımızı dahil ettiğimiz çocuk menümüz de vardır.

## Önümüzdeki dönemde Trend Dürüm ile ilgili projeleriniz ve hedefleriniz neler?

Öncelikli hedeflerimiz arasında; ülkemizin kalkınma planlarında pay sahibi olmak, çalışan istihdamını daha çok arttırmak, yemek yiyerek mutlu olan kesim oranını yükseltmek var. Bununla birlikte, Trend Dürüm markasını daha yukarılara taşımak, hedefimizdeki tüm bölgelerde mutlu çoğunluğu yakalamak, yerli ve milli olan markamızı öncelikle çevre ülkelerde bir Türkiye markası olarak tanıtıp hizmetimizin karşılığını ülkemize kazandırmaktır.

## Son olarak sizin eklemek istedikleriniz nelerdir?

Franchising çalışmaları olağanüstü bir şekilde devam etmektedir. Çalışmalarımız arasında AVM konsepti ve cadde işletmeleri şeklinde paydaşlarımızla atlyapı çalışmaları oluşturulunca piyasaya, konumuyla birlikte lanse edilecektir. Ege Bölgesi ve İç Anadolu Bölgesi'ndeki talepler toplanmış ve yılsonuna kadar sürecektir olan değerlendirmelerden sonra dikkate alınacaktır. Yurt dışı çalışmaları, özellikle Irak ve Gürcistan talepleri değerlendirme aşamasındadır. Seçme ve seçilmeden dolayı ince eleyip sık dokuyarak ve yere sağlam basarak dikkate ilerlemekteyiz. Trend Dürüm'ün lezzetlerini sizlere sunmak için şubelerimize bekliyoruz.



## Will You please introduce yourself?

My high school education was in hotel tourism. Then I worked in some of the starred hotels in the regions of the Mediterranean and Aegean so as to gain expertise in my sector then later I took my career to the top echelon. I and mainly in tourist regions I worked in the founding of premises and in managing them. Presently I am the Chairman of the Management Organization at Trend Dürüm.

## Will You tell us the story of Trend Dürüm?

Other members of our family have had education in organic harvesting, food technology and in the building sector. That was the reason we took this extremely important step of forming the Trend Dürüm family. Our work begins with building then together with the food and drink group together with our professional team we work hard to become a voice in the sector. Our slogan is "From Traditional to Future" and we wish to carry Trend Dürüm from generation to generation, with our incomparably tasty brand together with our devoted hard working team we continue on our journey. Our Concept; As can be seen from our logo we are playing with fire, so that it can be understood that the flavour has emerged by natural methods, production is effected in one central only so that the quality is always the same and the recipe never spoils. Regardless of which ever conditions the garniture which our branches offer is always controlled this is our manner of serving. In all our branches there are Managers who are following all the steps from production to the satisfaction of our guests.

## What tastes do you have on your menu?

A long list of Turkish regional special foods and Chicken specialities. There are also Vegetarian items which have high protein values. For the people who do not wish to have such items there are chicken and sandwich assortments. As mid-meal choices mainly fried regional specialities and of course Bone Lentil Soup made daily. We did not forget a dessert! for that we chose Churros (Spanish) which is practical, tasty and trend with caramel and chocolate sauce. As our aim is to please all our guests from 7 to 70 we also offer a child menu.

## Which are your projects and goals for Trend Durum in the coming period?

Amongst the primary are; having a position in those helping our country's development, offering more employment and having more people enjoying eating out. Together with those carrying our brand Trend Durum higher, we aim to reach the happy majority in all our regions and have our local and regional Turkish brand in our surrounding countries and with such a service also have our country gain.

## Are there final words you would like to add?

Our Franchising work is continuing in a splendid manner. Amongst those Shopping Center and busy streets where those who are sharing our concept are effecting infrastructure for our joint ventures. The requests from the Aegean and the Central Anatolia we are collecting together and will evaluate by the end of the year. From the surrounding countries especially Iraq and Georgia the approaches are already being evaluated. Choosing or prior to choosing we act with great attention with our feet firmly on the ground as we wait to offer you our foods in our branches.



1977'den bugüne,  
yarına birlikte



Türkiye'nin  
Meşhur Lezzetlerini  
**BÜYÜTMEMEYE**  
DEVAM EDİYORUZ!

SİZDE BİZE KATILIN

Başvuru ve İletişim  
+90 216 441 10 82  
[www.safranlokum.com.tr](http://www.safranlokum.com.tr)



# MURAT DİLBAĞI: “MÜŞTERİLERİNE ‘İYİ BÖREK’ YEDİRMEK İSTEYEN TÜM ŞUBE ADAYLARINI BEKLİYORUZ.” MURAT DİLBAĞI “WE ARE WAITING FOR ALL THE CANDIDATES WHO WISH TO HAVE CUSTOMERS EAT ‘GOOD BOREK’ FOR ALL OUR BRANCHES.”

Yarım asra yakın tecrübesiyle Çengelköy Börekçisi, yurt içi ve yurt dışında franchise şubelerine hız verdi. Marka, bulunduğu şehirde kendi işini kurmak ve “Bir İstanbul Klasiği Çengelköy Börekçisi” hikâyesine dâhil olmak isteyen girişimcileri iş ortaklığına davet ediyor.

*Çengelköy Börekçisi has near to half a century of experience and now it is increasing the speed of its giving franchises both domestically and abroad. The brand is now inviting entrepreneurs who wish to have their own businesses and become a partner in the story of the “The Istanbul Classic Çengelköy Börekçisi.”*



**Murat Dilbağı**  
Yönetim Kurulu Başkanı

## **Çengelköy Börekçisi franchise sistemine kaç yıl önce dâhil oldu, sisteme dâhil olmanız büyümenize nasıl bir katkı sağladı?**

Murat Dilbağı -Yönetim Kurulu Başkanı: Çengelköy Börekçisi'nin birkaç yıl öncesine kadar sadece İstanbul'un Anadolu yakasında franchise şubeleri vardı. Zamanın şartları ve birtakım özel tercihlerimizle markamızın güvenini zedelememek adına sınırlı sayıda şubelerimiz oldu ki bunların birçoğunu da kendimiz işlettik. Güncel gelişmeler ve müşterilerimizin de ısrarlı talepleriyle organizasyon yapımızı yenileyerek son iki yıl içinde, profesyonel anlamda daha kontrollü franchise vermeye başladık.

## **Kısa ve orta vadede şube sayısı olarak büyüme adına hedefleriniz nelerdir? Çengelköy Börekçisi lezzetlerini hangi lokasyonlarda görecek?**

Kısa vadede Türkiye'nin en az beş büyük şehrinde şubeler edinmeyi planlıyoruz. İstanbullu müşterilerimiz tatil bölgelerinde neden olmadığımız konusunda bize çok sitem ediyorlar. Yakın zamanda bu bölgelerin yanı sıra birçok büyük şehirde de olacağımızın müjdesini vermek isteriz. Bu anlamda bulunduğu şehirde kendi işini kurmak ve “Bir İstanbul Klasiği Çengelköy Börekçisi” hikâyesine dâhil olmak isteyen ciddi iş ortaklarımızla tanışmak için sabırsızlanıyoruz. Müşterilerine güvenle ‘iyi börek’ yedirmek üzere bizimle çalışmak isteyen herkesi bekliyoruz. Şunu özellikle belirtmek isteriz, dükkânı kiralamadan önce bizimle iletişime geçerseniz her iki taraf için de çok daha faydalı olacaktır. Bununla birlikte, önümüzdeki iki yıl içinde Avrupa’da da şubeleşmek üzere altyapı çalışmalarımıza başladık. Özellikle Almanya, Fransa ve İngiltere ilgi alanımız içerisinde yer alıyor. Buralarda da ciddi yatırımcılar varsa vakit kaybetmeden bizimle irtibata geçmelerini hatırlatmak isteriz.

## **Yatırım maliyetiniz konusunda okurlarımızı bilgilendirir misiniz?**

Yatırım maliyetleri her bölgeye ve yapıya göre değişiyor. Özellikle tadilat-dekorasyon maliyetleri ihtiyaç durumuna göre farklılıklar gösteriyor. Biz ortalama en az 50 m<sup>2</sup>, en fazla 150 m<sup>2</sup> yerler öneriyoruz. Bu yerlerde de saklama, pişirme ve tezgâh gibi bizim ana ünitelerimizin maliyeti 100-150.000 TL civarında başlayıp malzeme kalitesi tercihinize göre daha yukarıya çıkmaktadır. Genel görsel konseptimizde estetik, fonksiyonel ve ekonomik ürünleri tercih ederek şubelerimizin en uygun maliyetlerle kurulmasına özen gösteriyoruz.

## **How many years ago did your brand begin franchising, has the use of this system been good for your enlargement?**

Murat Dilbağı-Chairman of the Board: Until a few years previously the Çengelköy Börekçisi only had franchise branches on the Anatolian side of Istanbul. Because of conditions at that time and because of certain private preferences so as not to damage customer faith in our brand we had only a few branches most of which we managed ourselves. Then with modern developments and customer insistent wishes we modernized our organization and for the last two years we are giving franchises, in the professional sense we began to give controlled franchises.

## **In the short and medium periods which are your goals for enlargement? In which locations shall we be able to find Çengelköy Börekçisi tastes?**

In the short term we plan to at least have branches in the five big cities of Türkiye. Our Istanbul customers complain that we do not have branches in the holiday resorts. In a short time we wish to give our customers the good news that we shall be in those regions as well as the in big cities. That is the reason that we wait impatiently for candidates to apply and open their own businesses in their own cities and so become included in the story of “The Istanbul Classic Çengelköy Börekçisi.” All who wish to join us in having customers eat ‘good börek’ are welcome. I specifically wish to warn investors that prior to renting premises they should first be in contact with us in this manner it will be more useful to both of us. Additionally within the next two years we intend to have branches in Europe. We have already started our foundations for that. Our intentions are especially for Germany, France and England. If there are serious investors there they should get in contact with us without losing time.

## **Will you tell our readers of the investment cost?**

That differs in accordance with position and premises. Especially in the repair and decoration conditions vary widely. We recommend premises of between 50 and 150sq.m. In the premises storing, cooking and counters are the main units the price of those begins at 100-150 thousand TL prices can of course also increase according to their quality. We pay great attention to premises being in conjunction with our general concept while at the same time ensuring that our branches are set up with functional and economic devices at the most viable price.





ÇENGELKÖY®  
BÖREKÇİSİ

Bir İstanbul Klasığı

# İSTANBUL LEZZETLERİ İLE KENDİ İŞİNİ KUR

Yarım asra yakın tecrübesi ile  
Bir İstanbul Klasığı Çengelköy Börekçisi  
lezzet hikayesine katılarak kendi  
işini kurabilirsin.

[www.cengelkoyborekcisi.com](http://www.cengelkoyborekcisi.com) Veya  
0216 462 35 20 / 0555 051 22 45  
numaralı telefonlardan  
bilgi alabilirsin.



@cengelkoyborekcisi.merkez  
cengelkoyborekcisi.com



Çengelköy Güzeltepe Mah.  
Prof.Dr.Beynun Akyavaş Cad.  
Altıntaş Sit.No:104/A  
Üsküdar/İstanbul





**İLHAN ERKAN**  
UFRAD Denetim  
Kurulu Üyesi  
ilhannerkan@gmail.com

# MASTER FRANCHISE ALMAK

## BUYING MASTER FRANCHISE



Master Franchise, uluslararası veya hedeflenen bölgelerde bilinirliğe ve ağırlara sahip bir markanın, o ülke veya yeni pazarlar için isim hakkının verilmesi ve faaliyetlerini yeni pazarlarda gerçekleştirebilmesi için yine o marka için araştırılmış ve seçilmiş kendini ilgili pazarlar için kanıtlamış iş ortakları ile kurulan iş ilişkisi olarak tanımlanabilir.

Çoğunlukla yiyecek, içecek olmakla beraber, emlak, teknoloji, beyaz eşya, vb. gibi hepimizin zaruri ihtiyaçlarını karşılayan sektörlerin ağırlıklı olduğu markaların yatırımlarını en iyi şekilde değerlendirilmesine ve büyümeye olanak sağlayacak bu modelde, doğru yapılacak araştırma ile gelecekteki işinizi yaratabilirsiniz. Kendi işinizi kurmak ve muhtelif birçok riski tek başına üstlenmekten çok daha kolay ve konforludur.

Seçme kriterlerinin en önemlisi, seçeceğimiz markanın size geniş kapsamlı destekler sağlayacağına yönelik gücünün yanında, doğru hamleler yapabilemeniz adına da size deneyimleri ile uygun ortamların oluşması için vereceği destekler olmalıdır.

Burada her iki taraf yani alan ve veren için çok önemli değerlendirmeler söz konusudur; Alan için ilgili pazarda kendisini doğru stratejik çalışmalar içinde tanıtım ve gelişmeye açık bir yapı ve güçte olması kadar, veren içinde kendi Markasını gerçekten taşıyabilecek Markasının değerlerini koruyabilecek bir ortak seçmiş olması önemlidir. Bu süreç iyi yönetilmediği takdirde bu iş ilişkisinde her iki tarafta zarar görülebilir.

Bu önem doğrultusunda bu makalede Master Franchise verenden daha çok Master Franchise alan için önemli hususları yıllardır gördüğüm uygulamaları da dikkate alarak sizlerle altını çizerek paylaşacağım.

Öncelikle yer almayı düşündüğünüz Pazar veya pazarlar için kendini kanıtlamış önemli ve bilinirliği olan bir markanın seçilmiş olması gereklidir. Yoksa o ilgili markanın bilinirliğini

Master Franchise can be defined as a business relationship established with partners who have been researched and selected for the relevant markets in order to give the name of a brand that has recognition and networks in the international or targeted regions to the name of the country or new markets and to perform its activities in new markets.

You can create your future business with the right research in this model that will allow brands to make the best use of your investments and grow. These brands meet the essential needs of all of us; they are mostly food, beverage, real estate, technology, white goods, etc. This option is much easier and more comfortable than starting your own business and taking on various risks alone. The most important of the selection criteria is the comprehensive support provided by the brand you choose, and the support it will give you to create suitable environments with its experiences in order to make you do the right moves.

There are important considerations for both parties, i.e. the buyer and the supplier; It is important for buyer to have a structure and strength that is open to promotion and development within the relevant strategic work towards itself in the relevant market. For supplier, it is important that it has chosen a partner who can truly carry its own Brand and preserve the values of its Brand. If this process is not managed well, this business relationship may be damaged on both sides.

I will share important points for master franchise buyer more than master franchise supplier in line with this importance, in this article by taking into account the practices I have seen for years. First of all, it is necessary to select a proven and respected brand for the market or markets you intend to take part in. Otherwise, you will have to create very large budgets to ensure the recognition of that brand. Another issue is that the brand to be chosen should offer







sağlamak için oldukça büyük bütçeler yaratmanız gerekecektir. Bir diğer konu bu seçilecek marka size hem ticari hem de beşeri anlamda avantajlar sunmalıdır. Bu sayede ulusal veya uluslararası deneyimlerini, pazarını ve know how yani sistemini sizlere kullandıracak olması yeni bir marka yaratmaktan daha büyük avantajlar sunacaktır. Bu sizin hem zamandan hem de parasal anlamda ciddi tasarruf etmenizi sağlayacaktır. İşletmenin açılışına kadar olan süreçte zamanınızı markanın sağlamış olduğu destekler ile en kaliteli ve verimli kullanmanızı sağlayacaktır. Markanız ile paylaşacağınız sorumluluklar, sizi daha az gergin ve daha az stres ile kafanızın son derece rahat olması sebebiyle kendinizi işinize daha iyi odaklanabilmeniz için şans yaratacağıdır.

Franchise verenler genellikle büyük bir Pazar olarak belirledikleri bölgede daha hızlı büyülebilmek adına Franchise Sistemini kullandıkları için, sizin de bu iş birliğinde mutlaka alt Franchise verebilme hakkınızı yapacağınız anlaşma içerisinde özellikle yer almasına dikkat etmelisiniz. Master Franchise veren Franchisor için büyümek önemlidir. Sizden belirli periyotlar için büyülebilmek, sayısal değerlerini yerine getirebilme şartları ve hedefleri koyarken, sizin de bu büyümeyi Markanın koymuş olduğu şartları yerine getirdikten sonra, kendi finansal gücünüz yanında alt Franchise vererek, size destek olacak paydaşlarınızın yaratılması yönünde, gidemeyeceğiniz veya ulaşamayacağınız noktalar için markanın kriterlerini sağlayacak yatırımcılara alt Franchise vererek ulaşabilme gücünüzün verilmesini planlamalısınız. Açıklamaya çalıştığım konu gerçekten çok önemsenmeli ve olmazsa olmaz olarak değerlendirilmelidir. Yapılan bu Master Franchise anlaşması sizin için yeni bir markanın gireceğiniz pazarda geliştiricisi olmanın yanında, markanın da sizin için avantajlar sağlayacak koşullar içermesi gereklidir. Bu belirtmeye çalıştığım koşullar ya atıldığı ya da önemsenmediği için ülkemizde çok büyük girişimciler zor durumlarda kaldılar, ciddi sıkıntılar yaşadılar. Bir diğer üzerinde duracağım ve Büyük Usta tabiri kullanacağım Franchise veren markanın, eğitim, pazarlama, satın alma, ürün ve üretici geliştirme, mimari konsept, lojistik, insan kaynakları yönetimi konularında başlangıçtan itibaren ve sürekli desteklerini sürdürebiliyor olması ve bu gücünün bulunması gereklidir. 'En zayıf halkanız kadar güçlüsünüz' kavramını sürekli aklınızda bulundurunuz. Bir marka için sistemini, ürünlerini pazara sürebilmek için güçlü, uygulanabilir iş modeline sahip olmayan bir Franchise markası araştırılan markalar listesinden çıkartılmaktadır. Buna karşın güçlü ve uygulanabilir bir iş modeli olan Markanın zayıf ve etkisiz bir ana franchisor olsa bile sizler için ciddi fırsatlar barındırıyor olabilir. Özetlemek gerekirse; Bir Master Franchise almak için araştırmaya karar verirsiniz, sistemin her yerindeki, her bölgesindeki birçok Franchise alanını ziyaret ederek, almayı düşündüğünüz markanın paydaşlarının yorum ve görüşlerini değerlendirmeniz sizin için değerli olacaktır.

Eğer Franchisor ve markasının sisteminden hoşlanıyorsanız ama her ikisine de güvenemiyorsanız ileride ciddi sorunlar yaşarsınız. Bu durumda bu markayı unutup daha farklı markalar için araştırmaya devam etmelisiniz. Bu yapılacak tek güvenli ve akıllı bir hareket olacaktır. Ülkemizde bu anlamda negatif deneyimi yaşamış birçok girişimci firma bulunmaktadır. Ben daha iyi yapımdan ziyade baştaki rüya aleminden sıyrılmalıdır. İyi ortaklığın güçlü ve samimi paylaşımlar ile gerçekleşebileceğini unutulmamalıdır.

you both commercial and human advantages. In this way, making you use its own national and international experience, market and system, know-how will provide a greater advantage than creating a new brand. This will save you both time and money. It will ensure that you use your time with the supports provided by the brand in the best quality and efficient way until the opening of the business.

The responsibilities you share with your brand will make you less tense and less stressful and give you the chance to focus on your work better because your mind is weighted off.

Since franchisers generally use the Franchise System to grow faster in the region they have identified as a major market, you should make sure that you also take part in the agreement that you will make your right to sub-Franchise in this cooperation. It is important to grow for the Master Franchisor that is giving Franchise. It is important to grow for the franchisor that is giving master franchise. While you set the conditions and targets for growth, fulfillment of numerical values for certain periods, you should plan this growth for the creation of your stakeholders to support you. After fulfilling the conditions set by the brand, you must plan your own financial strength to create a stakeholder that will support you by providing a sub-franchise. The issue I am trying to explain should really be considered very important and should be considered as an essential. This Master Franchise agreement requires you to be a developer of a new brand in the market where you will enter, and the brand must contain conditions that will give you advantages. Since these conditions I tried to mention were either skipped over or ignored, very big entrepreneurs in our country were in difficult situations and experienced serious problems.

I will focus on another subject and use the term Grand Master for the franchise brand. The franchisor brand must be able to maintain and support this training, marketing, procurement, product and manufacturer development, architectural concept, logistics, human resources management from the beginning. Keep in mind that 'a chain is as strong as its weakest link'.

A franchise brand that does not have a strong, viable business model should be removed from the list of investigated brands in order for a brand to launch its system and products to the market. To summarize; if you decide to search for a Master Franchise, you should visit many Franchise sites throughout the system and region, and evaluate the comments and opinions of the stakeholders of the brand you are considering.

If you like the system of Franchisor and its brand but cannot trust both of them, you will have serious problems in the future. In this case, you should forget this brand and continue to search for different brands. This will be the only safe and intelligent movement. In our country, there are many entrepreneurial firms that had negative experience in this sense. It is not right to think that I will do better and live in a dream world. It should be remembered that good partnership can be achieved through strong and sincere sharing.





# BARGELLO PERFUME YATIRIMLARI İLE BÜYÜMEYE DEVAM EDİYOR

BARGELLO PERFUME CONTINUES TO ENLARGE TOGETHER WITH ITS INVESTORS

## BARGELLO



Bursa'da 9.000 m<sup>2</sup>'lik tesislerinde uluslararası standartlara uygun ve %100 yerli üretim yapan Bargello, yatırımları ile büyümeye devam ediyor. Yüzlerce farklı kokuya sahip marka ürünlerini Avrupa, Afrika, Asya ve Orta Doğu bölgelerinde bulunan 40'tan fazla ülkede 600'ü aşkın mağazasıyla müşterilerine sunuyor.

1950 yılında kurulmuş döneminin ünlü kolonya markası Gonca Kolonyalarının satın alınmasıyla faaliyetlerine başlayan Bargello, 70 yılı aşkın deneyimi ile sürekli inovasyon ve gelişen teknolojiyi yakından takip ederek sektöründe dünyanın en iyi markaları arasında olmayı hedefliyor. Üç yüzden fazla koku alternatif ve geniş ürün yelpazesine sahip Bargello parfüm, vücut spreyi, duş jeli, sıvı sabun, kolonya, deodorant, roll on, antiperspirant, mum, ortam kokusu, araç kokusu ve kurumsal kokulandırma cihazı olan ScentPlus gibi farklı ürünleri kalite standartlarına uygun olarak tüketicilerinin beğenisine sunuyor. Koku alanında uzmanlaşan kadrosu ile ürün yelpazesini her geçen gün çeşitlendiren Bargello özellikle Niche ve Kreatif serisinde ürün çeşitlerini artırmaktadır. Kişisel bakım ürünlerinde de çalışmalarını devam ettiren Bargello, duş jelinden sonra sıvı sabunlarını da mağazalarda satışa sundu.

Marka, tesislerinde ISO 9001 ve ISO 22716 (GMP) kalite standartları, aynı zamanda IFRA ve HELAL standartlarında üretim yapıyor. Sektöründe, kullanıcıları nezdinde marka memnuniyetinde ilk sırada yer alan Bargello 2019 yılında, IPSOS araştırma şirketinin yaptığı anket verilerine göre tüketicici gözündeki 'Genel Memnuniyet' skoru %90'ın üzerinde. Sektörünün en bilinen ve en çok tercih edilen güvenilir markası konumunda bulunan Bargello, sürecin haklı gururunu yaşıyor.

Misyonunu çevre dostu, yenilikçi, güvenilir, uluslararası standartlara sahip müşterilerinin tarzlarına uygun ürünleri en ulaşılabilir şekilde sunmak olduğunu belirten Bargello'nun vizyonu sürdürülebilir bir büyüme ile koku alanında ilk akla gelen marka olmaktır. Toplumla ve ülkesine karşı sorumluluklarını yerine getiren Bargello, personeline daima önem veren, kalifiye personel yetiştiren ve yaptığı projeler ile sektörü belirli bir seviyeye taşımış bir markadır. Merkez ofis, fabrika ve yurtiçi mağazalarında görev yapan 1000'in üzerinde çalışanı mevcut. Ayrıca Bargello koku üzerine sahip olduğu tecrübe ve uzmanlığı ile farklı markaların özel üretim çalışmalarını da yapıyor.

2012 yılında online alışveriş sitesi [www.e-bargello.com](http://www.e-bargello.com)'u kurarak ürünlerini dijital dünyaya taşıyan Bargello, hazır ve doğru işleyen bir e-ticaret sürecine sahip olmanın önemini ve markanın vizyoner yapısının bir örneğini daha ortaya koymuş oldu.

Bargello has its production facilities of 9,000m.sq. which conform to international standards in Bursa. The brand effects a 100% domestic product and continues to enlarge together with its investors. It owns hundreds of different perfumes and its dealers have almost 600 shops which are spread throughout more than 40 countries positioned in Europe, Africa, Asia and the Middle East in which they receive their customers.

1950 was the year in which Bargello was set up when it bought the famous Gonca Kolonya brand. Bargello has almost 70 years of experience and through those years has constantly effected innovations as it closely followed developing technologies its goal has always been to be one of the best international brands in the sector. It offers more than three hundred scents and has a wide range of products body sprays, shower jellies, liquid soaps, colognes deodorants, roll ons, antiperspirants, candles, air sprays, vehicle sprays and institutional scents and ScentPlus all of the many varied products which are offered to customers have the correct standards. In the scent sector it has its specialized expert team consequently new perfumes often come to the fore, Bargello is presently concentrating on the Niche and Kreatif series so as to widen their range of products after the shower jellies and liquid soaps have been sold in the shops. The brands production facilities are ISO 9001 and ISO 22716(GMP) quality standards while their production is effected to meet the standards of IFRA and HELAL. The brand holds customer satisfaction presence in primary position and in 2019 in the survey which the IPSOS survey company effected the brand had a more than 90% 'General Satisfaction' standard. Consequently Bargello now enjoys being in its well known and trustworthy position in the sector. Its mission is to be atmosphere friendly, innovative, trustworthy, maintaining international standards and have their customers able to swiftly obtain the products which are most suitable for themselves in such a manner Bargello will become the first brand jumping to mind when perfume is thought of.

Bargello effects all its responsibilities both to the public and to our country, it always understands the importance of its personnel, it helps them to become qualified experts and with the projects it effects intends to be the brand which helps to carry the sector to an even better standard. It presently has more than 1000 personnel spread through the central offices, the production unit and the national shops. In addition Bargello due to its experience and expertise in perfume is able to effect production for other private brands. In 2012 Bargello formed its on line sale abilities [www.e-bargello.com](http://www.e-bargello.com) once more showing its innovative abilities when it realized the importance of the period of e-business.





With a fresh investment  
**BECOME THE BOSS OF**  
**YOUR OWN BUSINESS!**

There are more than **600**  
**stores both domestically**  
and internationally

Bargello stores offer their customers over 300 scent alternatives as well as **perfumes, colognes, body sprays, shower gels, liquid soaps, deodorants, roll-ons, antiperspirants, candles, room fragrances, car fragrances, and ScentPlus**, which is a corporate scenting device.

- Global brand strength
- Business model with high profit margins
- Brand awareness
- Wide range of products





# HOT DÖNER MARKASI HEDEFİNE DOĞRU HIZLA İLERLİYOR

THE BRAND OF HOT DÖNER IS MOVING TOWARDS  
ITS GOAL AT THE CORRECT SPEED

**hot döner**  
özel soslu HATAY döneri



2011 yılında kurulan Hot Döner, çeşitli baharatlar kullanarak ürettiği kendine özgü soslarıyla müşterilerinin damaklarında lezzet şöleni yaşıyor. Bu lezzetini, 2021'de Türkiye Altın Marka Ödülleri'nde "Yılın Lezzet Markası" seçilerek tescilleyen marka, insanların en çok tercih ettiği ürünlerden biri olan tavuğu, Hot Döner restoranlarında özel sosuyla vazgeçilemez bir tada dönüştürerek tercihlerin ilk sırasında yerini alıyor.

Günümüzde yükselen performansıyla, düşük yatırım maliyetinin geri dönüşünü Pandemi öncesinden daha hızlı bir süreyle ulaştıran Hot Döner, Türkiye'nin tüm şehirlerinde ve birçok ilçesinde olmayı hedefliyor. Hot Döner, Hatay'a has kendi özel sosuyla yapılan dönerlerini yine kendi üretim noktalarında hazırlıyor ve son tüketiciye kadar ulaştırıyor. Marka bu başarısını ve hedeflerini, "Müşterilerimize kulak verdiğimiz hem et hem de tavuk dönerde vazgeçilmez olduğumuzu görüyoruz, özellikle tavuk döner yemekten türlü nedenlerle çekinen tüketicilerin de güvenilir adresi olmayı başardık. Bu nedenlerden dolayı alanımızdaki en iddialı ve başarılı markayız. 2023 yılının sonunda 40 şehirde 150 şubeyi geçmeyi planlayan Hot Döner sadece döner restoranları içerisinde değil, sektörde de en hızlı büyüyen markalar arasında yer alıyor. Hedefimiz, önümüzdeki 2-3 yıl içinde Türkiye'nin tüm şehirlerinde şubeleşmiş olmaktır. Yurt dışı görüşmelerimiz ise devam ediyor. Hollanda, Rusya, Ukrayna, Azerbaycan, İran, Suudi Arabistan, Kıbrıs ve Afrika Gine ile görüşmelerimizi sürdürüyoruz." sözleriyle dile getiriyor.

## Üretim Gücü

Üretim gücünün altını çizen marka, "Oksijen Et bizim ana firmamızdır. Tavuk da ise Türkiye'nin en büyük üreticilerinden biri olan tedarikçimizden yüksek kalite ve lezzet standartlarımıza uygun tavuğu tedarik ediyor ve üretimi de biz yapıyoruz. Yani biz hem tavuk döneri hem de et döneri kendi tesislerimizde kendimiz yapıyoruz. Bunun da avantajı; üretimin bizim kontrolümüzde olması, daha hijyenik ortamlarda olduğunu gözümüzle görmemizdir. Üretimi kendimiz yaptığımız için bizim rahat bir şekilde hizmet veriyoruz," açıklamasında bulunuyor. Türkiye'nin tüm şehirlerinde ve birçok ilçesinde olmayı hedefleyen Hot Döner, ailesine katılan yeni iş ortaklarıyla hedefine doğru emin adımlarla yürümeye devam ediyor.

Hot Döner was formed in 2011, it uses many different spices and with mixtures special to themselves it offers its customers a feast for the taste buds. In 2021 when it was chosen for the award of the Turkish Gold Medal for "The Taste of the Year" as the food which people prefer the most, one of its most loved foods being the brand's Chicken which with special sauces is to be found in all the brands restaurants.

With today's present performance and low financial investment plus speedy return of investment Hot Döner is moving forward much swifter than prior to the Pandemic and now has the goal of being in all the cities of Türkiye and many of its provinces. Hot Döner is setting up its own special production points to make its Döner with the unique Hatay sauce so as to be able to reach its every single customer. The brand's success and goals being "We listened to the customers and realized that both our Meat Döner and our Chicken Döner were attracting them while for our Chicken Döner customers who for various reasons had never wished to eat chicken previously we had actually become the most trustworthy address. For such reasons we are in our sector it's most pretentious and successful brand. At the end of 2023 Hot Döner plans to be situated in 40 different cities and have more than 150 branches. The brand intends to be not just in the Döner Restaurants sector, but to become one of the most rapidly enlarging brands. Our goal is within 2-3 years to have all the city restaurants having dealers. As for abroad we are in talks with Holland, Russia, Ukraine Azerbaijan Iran, Saudi Arabia, Cyprus and African Guinea."

## Production Strength

The brand stresses the importance of its production capacity, "Oksijen Et (Meat) is our mother firm, while our chicken is from one of the foremost producers in Türkiye where we obtain high quality taste standards but we ourselves effect production. The advantage being; when production is under our own control we are able to see with our own eyes the hygiene standards. As we ourselves are effecting production we feel so much more confident of offering our service." Hot Döner which wishes to be in all the Turkish cities and many of its provinces as it moves swiftly forward with strong, sure steps working together with its the new work partners.





# TAB GIDA'DAN AVANTAJLI YATIRIM FIRSATI

## TAB GIDA OFFERS THE OPPORTUNITY TO EFFECT AN ADVANTAGEOUS INVESTMENT

# TAB



**Türkiye'de Burger King, Sbarro, Popeyes, Arby's ve Subway gibi beş global, Usta Dönerci ve Usta Pideci gibi iki yerel markayla faaliyet gösteren TAB Gıda, tamamı Türkiye'de kurulu benzersiz gıda ekosistemi sayesinde yatırımcılara cazip işletme modelleri sunuyor.**

TAB Gıda is a domestic company which has under its auspices five global brands, Burger King, Sbarro, Popeyes, Arby's and Subway and two domestic brands Usta Donerci and Usta Pideci. TAB Gıda is a unique company which has because of its totally Turkish food ecosystem consequently the ability to offer investors advantageous opportunities.

Gıda işletmeciliği konusunda benzersiz bir gıda ekosistemine sahip olan TAB Gıda, bünyesindeki markalara yatırım yapmak isteyen yatırımcılara tedarik zinciri yönetimi, operasyon ve pazarlama alanlarındaki tecrübesinin yanı sıra satın alma gücünden faydalanma imkanı sunuyor.

Yenilikçi ve verimli iş modelleriyle yatırımcısını destekleyen şirket, sahip olduğu et, salata, ekmek ve patates fabrikalarıyla da yatırımcılara avantajlı fırsatlar sunuyor.

### **Erman Engiz:**

**"Yatırım yapmayı planlayan girişimcileri desteklemeye devam edeceğiz"**

Yatırımcılara sundukları avantajlı franchise fırsatları ile sektöre yön vermeye devam ettiklerini ifade eden TAB Gıda Franchise Direktörü Erman Engiz, sahip oldukları ekosistemin kapısını ardına kadar yatırımcılara açtıklarına dikkat çekti. Risk almadan kontrollü büyümek isteyen girişimcileri beklediklerini belirten Engiz, "Franchise sistemi aslında bir yatırım. Bu sistemle girişimcilere, standartları belirlenmiş, marka stratejisi, konsepti, ürünleri belli olan bir markaya yatırım yapma fırsatı sunuluyor. Oluşturulan çalışma prensiplerine uyulduğunda da bu sistem girişimcilere sürdürülebilir bir büyüme sağlıyor. İşin özü siz değer yaratan bir iş modeline yatırım yapıyor, sonrasında da bu iş modeli ile müşterilere ürün ve hizmet sunarak yaptığımız yatırımı karşılığını alıyorsunuz. Biz de TAB Gıda çatısı altında hizmet veren Burger King, Popeyes, Sbarro, Arby's, Subway, Usta Dönerci ve Usta Pideci markaları için yatırımcılarımıza kendilerine özel, avantajlı işletme modelleri sunuyoruz. Çeyrek asrı aşan deneyimimizden faydalanarak gıda sektörüne sağlam bir giriş yapmak veya işini büyütmek isteyen tüm girişimcileri bekliyoruz." dedi.

### **Detaylı Bilgi ve Başvuru için:**

Bilgi ve başvurularınız için [www.tabgida.com.tr/tr/franchising/genel-bilgi](http://www.tabgida.com.tr/tr/franchising/genel-bilgi) linkini inceleyebilir ya da [tabfranchise@tabgida.com.tr](mailto:tabfranchise@tabgida.com.tr) mail adresinden bilgi alabilirsiniz.



**Erman ENGİZ**  
Director Of Franchise Operations at  
TAB Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.

It owns such a special ecosystem for its food management that a person wishing to make an investment with it obtains knowledge of chain supply management in addition to the TAB Gıda vast marketing experience and is able to have also the strength of its buying power.

With its model of new and efficient working systems the company is constantly supporting its investors along with the advantages which its being owner of factories for salads, bread and potatoes offers.

**The TAB Gıda Director of Franchising Erman Engiz stated: "We shall continue to support the entrepreneurs who invest with us"**

He added that the company continues to lead the sector and drew attention to the fact that the ecosystem is wide open for its investors. Engiz continued that they wish to have investors who wish enlarge in a controllable manner and without risk and added "The truth is that the Franchise system is an investment and by our system the investor has the opportunity to work with a company of which the standards have been set, the

brand strategy is in place along with the concept and the product. As long as the investors abide by our principles they can expect growth. To sum up a person is investing in a value added work model and then the person is offering the product and the service as a return.

We at TAB Gıda offer investors the advantageous special working management model. We have more than a quarter of a century's experience so we wait for all investors who wish to enter or enlarge in the food sector."

### **Information and applications**

[www.tabgida.com.tr/tr/franchising/genel/bilgi](http://www.tabgida.com.tr/tr/franchising/genel/bilgi) can be linked in or from [tabfranchise@tabgida.com.tr](mailto:tabfranchise@tabgida.com.tr) mail address.



# BURSA KEBAP EVİ “THE ONE AWARDS”E İLK ÜÇ MARKA ARASINDA YERİNİ ALDI

## BURSA KEBAP EVİ HAS TAKEN A POSITION AMONGST THE FIRST THREE OF “THE ONE AWARDS”

Dokuz yıldır Marketing Türkiye tarafından düzenlenen ve zaman içinde pazarlama ve iletişim sektörünün en önemli standartlarından birine dönüşen “The ONE Awards Bütünleşik Pazarlama Ödülleri”nde 70'e yakın kategoride ilk üçe kalan markalar belli oldu. Gerçek iskender kebabını en leziz ve orijinal hali ile müdavimlerine sunan Bursa Kebap Evi, yıl içinde itibarı en çok artıran markaların belirlendiği The ONE Awards'ta restoran kategorisinde ilk üç marka arasında yerini aldı.

Pazarlama sektörünün en prestijli ödülü olarak kabul edilen “The ONE Awards Bütünleşik Pazarlama Ödülleri”, Marketing Türkiye adına pazar ve tüketici araştırmaları konusundaki yetkinliğiyle öne çıkan Akademetre Research and Strategic Planning'in gerçekleştirdiği “İtibar ve Marka Değer Performans Ölçümü” araştırmasının sonuçları baz alınarak gerçekleştiriliyor. Ürün, hizmet ve servis kalitesini standartlaştırarak tüm şubelerinde üstün hizmet anlayışıyla misafirlerini ağırlayan Bursa Kebap Evi, The ONE Awards Bütünleşik Pazarlama Ödülleri'nde restoran kategorisinde ilk 3 marka arasında yerini aldı. Marka bilinirliği, güven, farklılık ve sosyal sorumluluk gibi birçok kriter göz önünde bulundurularak yapılan araştırmaya 12 ilde toplamda bin 200 kişi katıldı.



**Marketing Türkiye has over a period of nine years developed and in the marketing and communication sector has become one of the most important measure of standards.**

“The ONE Awards” chooses the best most complete Marketing companies in almost 70 categories and the top three chosen brands have been declared. We at Bursa Kebap Evi offer truly original and tasty meals which are much appreciated by our regular customers and with our well known reputation the consequence has been that we have taken our place in the first three of the restaurant category in the ONE Awards.

In the marketing sector the ONE Awards are accepted as the most prestigious awards. They are based on the results obtained by Marketing Türkiye from the Academic Research and Strategic Planning which makes calculations on “Prestige and Brand Value Evaluation” product, service and the quality of that service standards. In all the branches of the Bursa Kebap Evi the same high quality is maintained as it welcomes its guests. Our brand has taken its position in the first 3 in the restaurant sector. A brand being well known, trusted, its differences being appreciated awareness of its social responsibilities, the study evaluates a wide range of subjects while preparing this research a total of 200 people entered 12 regions.





Marmaris Büfe®

İSİMLER TAKLİT EDİLİR  
LEZZETLER ASLA...

Marmaris  
Büfe®  
—1964—

www.marmarisbufe.com.tr

DÜNYA GENELİNDE  
BAYİLİKLER VERİLMEKTEDİR



HİÇBİR  
KATKI  
MADDESİ  
YOKTUR.

ISLAK HAMBURGER



ÖZEL

GORALI SANDVIÇ



ÖZEL

KÖFTE PORSİYON



ÖZEL

BURGER MENÜ



ÖZEL

KÖFTELİ SANDVIÇ

Franchise Destek Hattı



Sur Yapı Exen Residence Sitesi.Tantavi  
mah, Estergon cad Fblok No:24 D:276,  
34764 Ümraniye/İstanbul



0216 411 02 66  
0532 169 00 53



info@marmarisbufe.com.tr



www.marmarisbufe.com.tr



# EPİLADY KİŞİSEL BAKIM SALONU NURİYE HAGİ ATAK FRANCHISE VERİYOR

## NURİYE HAGİ ATAK IS NOW OFFERING FRANCHISES FOR THE EPİLADY PERSONAL CARE SALONS

Epilady markasının kurucusu Nuriye Hagi Atak, İnandır Güzellik Akademisi mezunudur. Usta ve usta öğreticilik belgelerine sahip olan Nuriye Hagi Atak, profesyonel iş hayatından sonra işletmelerini kurmuş ve tecrübelerini kendi işletmelerine aktarmıştır. Kadınların bir meslek sahibi olmalarına destek olmanın hem ülke hem de bireysel olarak ekonomik özgürlüğe katkı sağlayacağına dikkat çeken Nuriye Hagi Atak, işletmelerinde kadın istihdamına önem vermiş ve bunu öncelikli amaç edinmiştir. Basının da yakından takip ettiği başarılı bir işletmeci ve iş kadını olan Nuriye Hagi Atak'ın bu önemli çalışmaları çeşitli ödüllerle taçlandırılmıştır.

Epilady işletmelerinde sağlık ve hijyen kurallarına son derece önem verilmekte olup bununla ilgili tüm belgeler, gerekli kurumlardan sağlanmıştır. Sultanbeyli merkez olmak üzere Gebze'de de bir şubesi olan Epilady, tüm bu tecrübelerini yaygınlaştırmak amacıyla artık franchising sistemi ile büyümeyi hedeflemektedir. Epilady franchising düşünce yapısı, uzun soluklu bir yol arkadaşlığı, tecrübelerini ve markasını paylaşacağı bir iş ortaklığıdır.

Epilady ile çalışacak iş ortakları, kendilerine inanan, hayallerini gerçekleştirmek ve üretmek için çaba sarf eden girişimciler olmalıdır. Tüm mesleki, cihaz kullanım teknikleri ve personel hijyen eğitimlerini merkezinde veren Epilady markası, mağaza açılana kadar devam eden eğitimlerini mağaza açıldıktan sonra da yerinde devam ettirmektedir. Marka mimarlarının gerçekleştirecekleri mağaza kurulumunun açılışını merkez bizzat organize etmektedir.

Nuriye Hagi Atak'ın en az kişisel bakım salonları kadar iddialı olduğu, piyasada çok tercih edilen ve sevilen Noise Cosmetic bakım ürünleri de, Epilady kişisel bakım salonları markasıyla beraber franchise edilmektedir. Yaklaşık 500.000 - 600.000 TL gibi bir maliyetle kurulan Epilady kişisel bakım salonları %30 ile %40 arasında bir kar marjı sunmaktadır. Yaklaşık 8 ile 12 ayda yatırımını geri döndüren marka, 150.000 TL franchise giriş bedeli almaktadır.

Güzellik ve kişisel bakım sektörü son zamanların en popüler mesleği haline gelmiştir. Bu dönemde sektöründe lider bir markanın desteği ile kendi işinizi kurabilir, maddi kazancın yanı sıra başarılı bir yatırımcı olarak sektörde yerinizi alabilirsiniz.



The founder of the brand Epilady, Nuriye Hagi Atak, is a graduate of the İnandır Beauty Academy. She holds the licenses of master and master teachings. After also working professionally herself with the experience which she gained then founded her own brand. She firmly believed that both for the women and for the country female employment was essential and this was her primary goal as she was aware of the importance of economic freedom. Nuriye Hagi Atak drew the close attention of the press being a successfully operating business woman she and her important work have resulted in her receiving various awards.

In the Epilady centers extreme importance is attached to health and hygienic rules, and all the essential documents of proof have been obtained from the authorities. The brand center is in Sultanbeyli with a branch in Gebze and now with the intention of spreading all the pertaining experience much wider Epilady is now offering franchises. The belief in the Epilady franchises is in the sharing of a long distanced journey with partners being friends with whom the brand shares its experience and its name.

The work partners taken must be people who believe in themselves, entrepreneurs who will make the effort so as to be productive and realize their dreams. Epilady gives all the education on activities, the technologies on using apparatuses and personal hygiene at their Central. Education continues there until the shop opening where it is then continued. The building establishing is effected by the brand architects and the actual opening is also organized by the central.

Just as much as Nuriye Hagi Atak is ambitious for her salons she is equally ambitious for the Noise Cosmetic care products which are being well received in the market. Those also are franchised. The cost of franchise investment in a personal care salon is about 500,000-600,000 TL. The salon works on a profit margin of 30% or 40%. The brand shows return on investment in 8-12 months. The fee for the franchise entrance is 150,000 TL.

The beauty and personal care sector has recently become one of the most popular professions. Now you can with a leading brand in the sector create your own business so that in addition to the financial gain you will also take your place as a successful investor.





# KALİTE VE TECRÜBE ARAYANLARA İŞİN GÜZELLİĞİNDE KAZANÇ VAR

  
**EPILADY**  
KİŞİSEL BAKIM SALONU

11 yıllık tecrübesi ile güzellik sektöründe en iyiler arasında olan EPILADY KİŞİSEL BAKIM SALONU, A'dan Z'ye anahtar teslim salon kurulumu ile FRANCHISE veriyor...

**HEMEN BAŞVUR**

0533 545 02 52

0533 298 90 36

[franchise@epiladykisiselbakim.com.tr](mailto:franchise@epiladykisiselbakim.com.tr)  
[www.epiladykisiselbakim.com.tr](http://www.epiladykisiselbakim.com.tr)



**EPILADY**  
KİŞİSEL BAKIM SALONU



# USTALARIN USTASI “İRFAN USTA”DAN KARLI FRANCHISE FIRSATI!

## THERE IS THE OPPORTUNITY OF TAKING A PROFITABLE FRANCHISE FROM THE MASTER OF THE MASTERS “İRFAN USTA”

İrfan Usta kendi alanında yaptığı yenilikler ve favori lezzetler sınıfına giren ürünleriyle tüketicilerin yanı sıra medyanın da yoğun ilgisiyle karşılaşılıyor. Yazılı basınla birlikte televizyon kanallarının ilgisi, hem tüketicilere hem de Franchise alacak yatırımcılara güçlü bir marka iletişimine sahip olma avantajı sunuyor.

*In his sector İrfan Usta because of the new and flavourful tastes he has introduced is receiving praise not only from his guests but also from the media as well as in the written press but also on TV he has attracted lots of interest so has consequently become a brand which investors find strongly attractive in the meeting with İrfan Temel the founder of İrfan Usta” he answers our questions on his expertise in modest and natural tones.*



### İrfan Usta ne zaman ve nasıl kuruldu?

#### Hedefleriniz nelerdir?

Meslek hayatıma 1990'lı yılların başında, İstanbul Beşiktaş'ta lüks bir restoranın mutfağında başladım. Çalıştığım restorandaki ustam yeteneğimi gördü ve yavaş yavaş bana iş vermeye başladı. Bir gün bana “Sen kebab yapabilir misin?” diye sordu ve ustalık hayatım o gün başlamış oldu. Kendimi en iyi şekilde yetiştirerek bugünlere kadar gelmeyi başardım. İstanbul Anadolu ve Avrupa yakasının en iyi altı mekanında çalıştıktan sonra kendi ismimle ilk restoranımı 2013 yılında açtım. Birçok hedefimiz var; Franchise sistemiyle restoran sayımızı 2023 yılı sonuna kadar 40 şubeye ulaştırmayı hedefliyoruz. Yılların bize vermiş olduğu tecrübeyle Türk kebab kültürünü tüm dünyaya damak doygunluğunda yaşatmak istiyoruz.

### Konseptiniz ve uygun lokasyonlar hakkında bilgi verir misiniz?

Bizim Franchise sistemimiz pide ve lahmacun lezzetleri üzerinedir. Bu konuda iddialı olduğumuz için 8 çeşit lahmacun ve 10 çeşit pidemizle kârlı bir Franchise konsepti oluşturduk. Türkiye’de ilk defa vegan lahmacunu biz yaptık. 60-80 m2, paket servis ağırlıklı çalışan, az elemanla kolay yönetilen dükkanlar, yatırım kararı verilmesinin ardından düşünülen alternatif bölgelerdir. Siz lokasyondaki muhtemel dükkanları belirlediğinizde saha ekibimiz dükkanları yerinde inceliyor. Daha sonra en uygun olan yere birlikte karar veriyoruz.

### Franchise giriş bedeli ve toplam yatırım maliyeti ne kadardır?

Franchise giriş bedelini iki etapta 10.000 \$ olarak belirledik. Toplam yatırım maliyetimiz 600.000 - 800.000 TL arasındadır. Şubeler için aylık ciro hedefi ise minimumda 20.000 -30.000 \$ arasındadır. Royalty bedelini ise %3 olarak belirledik.

### Bayilerde aranan özellikler ve destekler nelerdir?

Öncelikle özgeçmişlerine bakıyoruz. Sonrasında bizim markamıza uyum sağlayabilecek, vizyon sahibi iş ortaklarımızı İrfan Usta ailesinde görmek istiyoruz. Mimari projenin bize ait olmasını istiyoruz, dekorasyon bütünlüğü önemli çünkü. Usta tedariki ve eleman temini konusunda da iş birlikçilerimize yardımcı oluyoruz. Ustaların eğitimini de biz üstleniyoruz. İş güvenliği sözleşmesinin hazırlanmasına yardımcı oluyoruz. Hedefimiz 2023 yılı sonuna kadar restoranlarımızın sayısını 40'a yükseltmek.

My interest in the kitchen began when I was very young. I learned how to hold a knife when I was ten years old. My working life began in the early 1990s. I started in Beşiktaş in the kitchen of a luxury restaurant. The Master there slowly became aware of my capability and one day he turned to me and asked “Can you make Kebab?” and that was the day which started my life as a master. I made every effort to constantly improve my capabilities and so I came to today successfully. After I had worked in 6 of the best places on the European and Asian sides of Istanbul then in 2013 I opened my first restaurant giving it my own name. From then onwards we have the goal of reaching the number of our franchising restaurants to 40 by the end of 2023. Our Franchise system is based on pide and lahmacun tastes. As we are pretentious on this subject we have 8 kinds of lahmacun and 10 kinds of Pide and we have put in place a profitable Franchise concept with these. We were the first in Turkey to make vegan lahmacun. We received very positive reactions from our guests and because of that, we added them to our most preferred taste list. Our goal is to open one in every district of Istanbul. Within the coming months, there will be investments both abroad and domestically. Within one and a half years our goal is to give 40 Franchises. This year because of the pandemic our maximum services have been given to home deliveries. Premises of 60-80 sq m. Mainly packet service, using few personnel, easy to manage premises and after the location has been decided upon alternative regions. We decide together with the investor on the potential of a high turnover position. Our field team also visits the intended locations. Then all together we make the decision.

**Upon the first stage we state 100.00\$**

**Our total price is between 50,000\$**

**The minimum is between 20,000\$**

**Because the investment changes according to the location it is necessary to discuss with each investor during the Franchise meeting the possible profit margin.**

**We have set it at 3%**

First, we study their previous business lives. Then we estimate if they can fit in with our brand and do we wish to see them join the İrfan Usta family. We wish to be responsible for the architectural project as decoration is important. We help them obtain suitable personnel. We take the responsibility of training their new staff. We help them in the writing of the business security contract. Our end of 2023 goal is to have the number of restaurants come to 40.

With our years of experience, we know that the Turkish Kebab culture now interests the whole world so we wish to have people everywhere enjoy it. We have ongoing meetings with America. Additionally, we believe this can be affected by the availability of our well-control partners.





# FRANCHISE VERİYOR !



8 Özgün Lezzet

\* Etili \* Vegan \* Vejetaryen



10 Çeşit Pide

\* Etili \* Vegan \* Vejetaryen



Hammaddesi Hazır  
Üstün Lezzet



Ustası Hazır  
Kolay İş



[franchise@irfanusta.com.tr](mailto:franchise@irfanusta.com.tr)

TEL : 0533 545 02 52





## TAYLAN KAYA: “TÜRKİYE’DE 2023 HEDEFİMİZ 50 ŞUBEYE ULAŞMAK”

“OUR GOAL IS TO HAVE 50 BRANCHES IN TURKEY IN 2023”



*Carmelo Coffee markasını 2018, Doyuyo markasını ise 2019 senesinde kuran Taylan Kaya, pazar koşulları ne denli zor olursa olsun çalışmalarına hız kesmeden devam ettiklerini söylüyor. Sektörde “kızarmış tavuk” kategorisinde ilk akla gelen marka olmayı arzu ettiklerini belirten Kaya, istihdamı arttırarak ülke ekonomisine katkı sağlamayı sürdüreceklerinin de altını çiziyor. Türkiye’deki 2023 hedeflerini 50 şube olarak belirleyen Doyuyo markası, yurt dışında Master Franchise ile adını ülkenin önde gelen Franchise zincirlerinden biri haline getirmek için çalışmalarına devam ediyor.*

Taylan Kaya set up the brand Carmelo Coffee in 2018 and the brand Doyuyo in 2019 despite so many difficulties with the conditions of the market they continued their work and never lost speed. Kaya intends to have their brand become the first one that people think of when “fried chicken” is mentioned also stressing that they wish to increase employment here and in this manner add to our economy. Their goal for 2023 is to have 50 branches of their Doyuyo brand in Turkey while also giving Master Franchises abroad and thus become one of the leading Franchise chains.

### Sizi kısaca tanıyabilir miyiz?

Taylan Kaya (Doyuyo Yönetim Kurulu Başkanı): 1976 yılında Kars’ta dünyaya geldim. İlköğrenimi Kars’ta, ortaöğretim ve liseyi İstanbul’da tamamladıktan sonra ticaret hayatına atıldım. Babam ve kardeşlerimle birlikte Kadıköy Feneryolu’nda market işletmeye başladık. İki yıllık askerlik görevinin ardından 2003 yılında ilk Franchise restoranımız olan Sultanahmet Köftçesi Maltepe Şubesini devraldık. 2005 yılında şube sayımızı 4’e çıkardık. 2008 yılına kadar da kardeşlerim ve ortaklarımla birlikte farklı markalardan 21 noktada bayilik aldık. Bir süre sonra, hayalim olan kendi markamı oluşturmak üzerine çalışmaya başladım ve 2010 yılında Tavuk Dünyası’nı kurduk. Bu markamızın, 2016 senesinde 120 aktif şube sayısı ile satışını gerçekleştirdik. 2018 senesinde Carmelo Coffee, 2019 senesinde de Doyuyo markalarını kurduk. Şimdi iki markamızla büyümeye devam ediyoruz.

### Firmanızın kuruluş ve gelişim süreci hakkında bilgi alabilir miyiz?

Daha önce hayata geçirdiğimiz markalar gibi Doyuyo markasını da kurarken “Sektörde bir açık var mı?” diye kendimize sorduk. Türkiye’de yeme-içme

### Will you please briefly introduce yourself?

Taylan Kaya (Doyuyo Chairman of the Board): I was born in 1976 in Kars. My Primary education was in Kars and I completed my education at middle and lise in Istanbul after which I entered the business world. Together with my father and brothers we opened a market in Kadıköy Feneryolu. After my two years of military service in 2003 we took charge of our first Franchise restaurant it was the Maltepe Branch of the Sultanahmet Köftçesi. We increased our number of branches to 4 by 2005. From then onwards until 2008 with my brothers and partners we took dealerships in 21 positions. Later what I had always wished to do was to form my own brand and began working on that and in 2010 Tavuk Dünyası was started. By 2016 our brand had 120 branches in action then sold. In 2018 we formed the brand Carmelo Coffee and in 2019 the Doyuyo brand. Now we continue to enlarge these two brands.

### Will you tell us of the founding and development of your companies?

As we had done previously when setting up brands we asked ourselves “What is there an opening for in the sector?”. In the Turkish food and beverage sector we needed something of quality to attract customers and so thought “a true original South American fried chicken will customers be interested?”. At this point we realized that there was chicken in our country but none of it was fried meaning here there was a good market opening and we decided to fill it. The marinade is the original the crispy batter



sektöründe kalitesinden söz ettirebilecek, "gerçek ve orijinal Güney Amerika kızarmış tavuklarını yaparsak müşterimiz olur mu?" diye düşündük. Burada çok önemli bir etken var ki, "gerçek kızarmış tavuğun" Türkiye'de olmadığını varsayarsak eğer, büyük bir açık var demektir. Bizde bu açığı doldurmaya karar verdik. Orijinal marinasyonlarla, ev yapımı gerçek çitir kaplaması ve yine ev yapımı sosları ile bu lezzeti A la carte konforlu bir salonda sunabilen tek marka olan Doyuyo'yu hayata geçirdik. Burada anlatmak istediğimiz, kaliteye, lezzete, konfora ve yemeğe doymak. Asıl amacımız, bunların hepsini aynı anda sunmak. Açıkçası tüketicimiz bizi benimsedi, sektörde başka bir yerde konumlandırıyor. Bugün ülkemizde herkes tarafından tanınır, sevilen bir marka haline dönüşmeye başladık.

### Firmanız Franchise vermeye ne zaman başladı?

#### Buna nasıl karar veriyorsunuz?

Markamız ilk Franchise'ini 2019 senesinde vermeye başladı. Sonrasında da ciddi bir taleple karşılaştık. Doyuyo'da hedefimizi "nicelikten çok niteliği önceliklendiren" bir bayi ağı oluşturmak olarak tanımlayabiliriz. 2019 senesinde de seçiciydik, bugün de bu noktada biraz seçici davranıyoruz. Yüz Doyuyo restoranını ortalama 40 yatırımcımızla çalışarak hayata geçirip, prestijli ve yetkin yatırımcılarla beraber güçlü bir restoran ağı sistemi kurmak üzerine çalışıyoruz.

### Kaç şubeniz ve çalışanınız var?

Doyuyo'da şu anda Türkiye'de aktif 35 şubemiz, Dubai'de de 1 şubemizle faaliyetlerimize devam ediyoruz. Sekiz yüz çalışanımızla misafir ağırlamayı sürdürüyoruz.

### Franchise verdiğiniz-vereceğiniz kişilerde

#### aradığınız standartlar nelerdir?

Bizim burada en önemli noktamız, doğru nokta doğru yatırımcıdır. Marka olarak biz tüm aşamalarda, deneyimi ve denetimi ile yatırımcımızın yanındayız. Yatırımcı adaylarımızın; yemek yemeyi seven, lezzeti kovalamaktan yorulmayan, girişimci ruhlu, tercihen restoran işletmeciliği veya gıda sektöründe deneyimli kişiler olmasını tercih ederiz. Bir Doyuyo işletmesinin sahibi olmanın getirdiği yükümlülüklerden kaçınmayacak, gerekli zaman ve işgücünü bu alanda kullanabilecek adayların, aynı zamanda gerekli yatırımı karşılayacak finansal kaynaklara sahip olmasını da bekliyoruz.

### Sizce girişimcilerin firmanızı tercih etme nedenleri nelerdir?

Her şeyden önce bayi dostu bir markayız. Bayilerimiz, yeme içme sektörünün en deneyimli ekiplerinden biri olduğumuzu biliyor. Sorunların dinlenmesi, çözüm üretilmesi ve yatırımcıya destek verilmesi için ekip olarak büyük bir dikkat ve özenle çalışıyoruz. Elbette yatırımcı adaylarının Franchise konusundaki en büyük önceliği yatırım yapacakları markanın sağladığı kârlılık oluyor. Bu noktada Doyuyo'nun yatırımcı adaylarına daima iyi para kazandırması, girişimcilerin yaptıkları yatırımın geri dönüşünü üç yılı aşmayan bir sürede geri alacak olmaları markamızın tercih edilmesinde büyük rol oynuyor. Bunun yanı sıra, bizi tercih etmelerinde ki en büyük etkenlerden biri de üretici marka olmamızdır. Ürünlerimizi 4000 m<sup>2</sup>'lik üretim tesislerinde üretiyoruz. Ekmeklerimizi, soslarımızı, tavuk ve etlerimizi Pardo Food'un kalite anlayışı ile üretilip, paketleyip ve lojistik altyapımızla günlük ve taze olarak restoranlarımıza ulaştırıyoruz. Burada, ekmek fabrikamızla ilgili olarak ayrıca bir parantez açmak isterim. Ekmek fabrikamız, 2.000 m<sup>2</sup> kapalı alana sahip üretim tesisi ile Türkiye'deki gıda işletmelerinin iyi kalitede burger ve sandviç ekmeği ihtiyacını karşılamak üzere 3,5 yıllık bir Ar-ge çalışmasının ardından Pan Artisan'ı faaliyete geçirdik. Bugün üç kategori de 32 farklı ürünle yılda 5 milyon âdetin üzerinde bir üretim yapıyoruz. Bunun yanı sıra Doyuyo markamızda üretim kapsamında olmayan tüm ihtiyaçlar ekibimiz tarafından en iyi fiyatlarla tedarik ediliyor. En iyi kalitede ürün tedarik güvencesi veriyoruz. Her zaman bayisine iyi kazandıran bir marka olarak yatırımcı adaylarının ilk tercih noktası olma yolunda ilerliyoruz.

home made and the sauces are also home made.We brought Doyuyo into being and it offers its food in premises which are really comfortable.What we wish to point out is we offer good quality,tasty and filling all in really comfortable premises.What we wish to do is offer all these qualities at the same time. Frankly clients enjoy us and take their positions here.Presently in our country people know us and we are turning into a much loved brand.

### When did your Company first begin to offer Franchises?

#### How do you make the decision?

Our brand first began to offer Franchises in 2019.We later found ourselves face to face with a serious demand.Doyuyo in forming a network of dealers believes that "rather than the quantities the qualifications are important".In 2019 we were selective as we are today.We wish to have 100 Doyuyo restaurants with about 40 investors and working together with these prestigious and authoritative investors form a strong restaurant chain together.

### How many branches and personnel do you have?

Presently at Doyuyo we have 35 active branches in Türkiye and 1 in Dubai.We have eight hundred workers who help us welcome our guests.

### Which are the standards that you look for in the persons that you have given or will give Franchises to?

This for our company is the most important point the correct investor situated in the correct position.Our brand at every stage is there supporting the franchisee with our experience and control.The investor candidates; should be people who love to eat good food,who never tire of obtaining great flavors,have the souls of entrepreneurs, preferably with experience in restaurant management or in the food sector.They must never depart from the responsibilities of being a Doyuyo business owner,people who have the time and strength to use in this capacity must also have the financial means to make this investment.

### Which do you believe are the reasons that entrepreneurs choose your company?

Primarily our brand is a friend of the dealers.They know well that we are one of the most experienced groups in the sector.We listen to their queries,we find the solutions and support them with our large personnel team who work with great care. Naturally one of the most important points in Franchising is what kind of profit the brand can offer to the investor.On this point Doyuyo works with the goal of their investors obtaining a good profit,with return of investment within three years this is an additional reason for investors to prefer our brand.Also another important reason is that we are additionally a production brand.Our food is produced in our 4000m.sq production facilities.Our breads,saucers,chicken and meats are produced by the quality food understanding of Pardo Food packeted fresh daily and by our logistic abilities reach our branches fresh daily.Here I wish to stress an additional point our bread factory produces in its 2000m.sq closed production premises this was set up only after 3,5 years of RD and then Pan Artisan came into being with its high quality burger and sandwich bread.Presently in three categories and 32 different types we produce in a year more than 5 million pieces.In addition to our own production capacities we at Doyuyo obtain the best prices for any additional needs.We guarantee that our food is of the highest quality.We always wish to proceed on our journey being known as a brand which earns well for its investors consequently being a brand they choose.

### What kind of support does your brand give to its Franchisees?

In the past when we were dealers under Franchise systems we saw the mistakes and learnt lessons;we set off with our ideas on what should be done and what was lacking and wrong with the thought firmly fixed in our minds of not







### Sizden Franchisee alanlara ne gibi destekler sağlıyorsunuz?

Geçmiş dönemlerde bayiliğini yapmış olduğumuz markaların Franchise sisteminde gördüğümüz hatalar ve dersler vardı; bayilere yapılan eksik ve yanlışları biz yapmayacağız diye yola çıktık. Bayiyi doğru yatırımcıya verip, bayiyi korumak en çok üzerinde durduğumuz konulardı. Sektördeki 30 yıllık tecrübemizle, kolay, hızlı ve kârlı bir Franchise sistemi kurduk. Çok dikkatli bir şekilde yatırımcı adayını profilini ve Franchise'ı açacağı lokasyonu analiz ediyoruz. Emin olmadığımız lokasyona yatırımcı adayını ısrar etse dahi onay vermiyoruz.

Sözleşmenin imzalanmasından sonraki süreçte şubeyi A'dan Z'ye, tabiri caizse anahtar teslim bir şekilde hazırlıyoruz. Üç tane fabrikamızla ürettiğimiz ve işlediğimiz ürünlerin tedarikinden lojistiğine kadar bütün süreçleri sistemsel ve hızlı bir şekilde ilerletiyoruz. Her restorana aynı maliyetle ürün sağlıyoruz. Bu çalışmalarımıza ilaveten eğitim departmanımızın mağazalarımızda uyguladığı oldukça yoğun ve başarılı program ile operasyonel mükemmellikte hedeflerimize ulaşıyoruz. Ürün geliştirme departmanımızla birlikte menümüzde sürekli değişiklikler yapıyor ve bayilerimize yeni satış kanalları sağlıyoruz. En önemlisi biz yatırımcılarımızdan ciro primi talep etmiyoruz. Bununla birlikte, merkezimizden yürütülen pazarlama çalışmaları ile markamızı 12 ay boyunca ulusal reklamlarla destekliyoruz. Üstelik bu çalışmalar için yatırımcılardan "reklam katkı payı" talep etmiyoruz. Son derece başarılı bir lojistik operasyon ile Türkiye'nin dört bir yanındaki mağazalarımıza ürünlerimizi, günlük ve taptaze şekilde ulaştırıyoruz. Bu anlamda güvenilir bir ortaklığın ve benzersiz bir Franchising sisteminin kapılarını açıyoruz.

### Sektörün Türkiye'de son dönemde geldiği noktayı nasıl değerlendiriyorsunuz?

Sektör, bilhassa son 15 yılda çok ciddi oranda büyüme gösterdi. Bunun en büyük sebebi de yaşam yerleri, alışveriş merkezlerinin de hızla büyümesiydi. Yeme-içme sektörü, tüketicilerin temel ihtiyaçlarından biri olan gıda ve beslenme konusunda hizmet vermekle kalmıyor aynı zamanda paylaşım ve sosyalleşmenin merkezinde yer alıyor. Genelde ekonomik ve sosyolojik krizler, dalgalanmalar yeme içme sektörüne ivme kazandırır, stresli yaşamın ekonomik ödül kaçamağı olarak Fast Foodlar, cafe ve restoranlar ön plana çıkar. Bu noktalar keyifli sohbetlerin en önemli adresleridir. Sektörümüz, tüketicilere hiç durmadan hizmet sunmaya devam edecek.

### Önümüzdeki dönem hedefleriniz nelerdir?

Doyuyo olarak, pazar koşulları ne denli zor olursa olsun çalışmalarımıza hız kesmeden devam ederken, sektörümüzde "kızarmış tavuk" kategorisinde ilk aklı gelen marka olmayı, yansıttığımız istihdamı arttırarak ekonomimize katkı sağlamayı sürdüreceğiz. 2023 sene sonuna kadar hedefimiz Türkiye'de 50 şubeye ulaşmak ve yurt dışında Master Franchise ile markamızı ülkenin önde gelen Franchise zincirlerinden biri haline getirmek.

making those same mistakes. The dealer should be given to the correct investor and our protection of our dealers is very important to our company. With our 30 years of sector experience we rapidly set up an easy, swift and profitable Franchise system. We take great care to totally understand the profile of the candidate and location of the premises. When we do not believe the position to be the correct one even if the candidate attempts to convince us we will not give the go ahead.

Once the contract is signed our brand prepares from A to Z everything in a manner of speaking turn key delivery. From the products of our three factories plus the other supplies onto logistics we systematically and swiftly move forward. We ensure that all our branches have the same priced products. Additionally our training department effects a widely concentrated and very successful program which has the goal of reaching operational perfection. Our products are the work of our development department and changes made to menus and we often obtain additional sales outlets for our dealers. Most importantly we do not demand a turn over percentage from our investors. Along with these we offer from central one year national advertising, equally important we do not ask for "part of advertising payment". With our very successful logistical operations we deliver daily totally fresh to our branches. From this point of view we open the doors to a trustworthy partnership and an unmatched Franchise system.

### How do you evaluate the position that this sector has reached in Türkiye recently?

The last 15 years have shown very impressive growth. The main reasons for this being the spread of living premises and the swift appearance of shopping malls. Our sector supplies not only mans primary need for food but food and beverage positions do not only supply this they also offer the opportunity to socialize. Generally speaking during economical and social crisis the food and beverage sector effects growth as people try to alleviate the stress in their lives so Fast Foods, cafes and restaurants become prominent. These positions where enjoyable conversations can be held become the all important addresses. Our sector will continue to offer its services to its clients.

### What are your goals for the upcoming period?

However difficult the sector is we at Doyuyo will continue our work never slowing down. We intend to be the first name coming to mind when "fried chicken" is mentioned anywhere. With the additional employment that we shall need we shall add to the economy of our country, to reach the number of 50 branches in Türkiye in addition to Master Franchises and in such a manner become one of the leading Franchise chains.

### Franchiseelerinizi nasıl denetliyorsunuz?

#### How do you check up on your Franchisees?

Aslında denetlemeye sadece Franchise denetimi olarak bakmıyoruz. Denetimlerle mevcut bayi sistemimizi, potansiyel riskleri de tespit ederek iyileştirme faaliyetlerini planlıyoruz. Satış analizi ve satış verimliliğini, Franchise'in kurumsal kimliğe uyum derecesini, stok yönetimi, depolama ve muhafaza, satış ve satış sonrası süreçler, müşteri memnuniyetini hatta bu işlerde çalışan personelleri de kapsıyor. Bayilerimizi, sistemin gıda güvenliği kurallarını, kalite parametrelerini belirleyip düzenli olarak da mutfak denetimleri yapıyoruz. Şube içinde satış sürecinde de gizli müşterilerle denetimlerimizi gerçekleştiriyoruz.

**Actually we do not regard our visits to branches as checking up on them. Within our existing dealership system we visit in order to look for potential risks so that we can effect plans to resolve them. We study sales analysis and its productivity, the degree of their conforming to our Franchise beliefs, depo and keeping their stock, the periods of pre and after sales, the customer satisfaction also the personnel's. The rules that our dealers apply to the security of foodstuffs and within the quality parameters regularly check on the kitchens. We do also use the secret customer method.**







# DOYUYO!

GOURMET FRIED CHICKEN & BURGER



**Doyuyo!**  
Kazaniyo,  
Kazandırıyo!



# ANLATILMAZ YENİR!

**Türkiye'nin Gurme Çıtır Tavuk Restoranı**

@doyuyotr

doyuyo.com





**OSMAN BİLGE**  
Franchise & More  
post@franchisemore.com

# SÖRÜÇÜ DALGADAN KORKMAZ

## SURFERS ARE NOT AFRAID OF WAVES



### Ekonomi dalgalanır

Ekonomideki gelişmeleri izlemek için grafikler kullanılır. Döviz, borsa, kripto, emtia gibi sürekli değişen fiyatları uzmanlar grafiklerle yorumlar, dalgalanmalara anlam yüklerler. Saatlik, günlük, haftalık gibi kısa vadeli öngörüler, şurada direnç var, kırılırsa şöyle olur, burada destek var, dayanırsa böyle olur gibi yorumlar yaparlar. Kısa vadeli öngörüler parayla para kazanana yarar, inerken satar, çıkarken alır, her değişimden para kazanır. Küçük girişimci gibi emeğiyle para kazanana kısa vadeli öngörüler fayda etmez. İş kurup tutundurmak yıllar alır, parasını işine bağlamışken krize yakalanmak hasar verir. Ekonomideki uzun vadeli dalgalanmaları öngörmek, en az birkaç yıl iyi gidecek piyasaya girmek, kriz gelmeden aylar önce çıkmak para kazandırır. Ekranlara çıkan ekonomi yorumcuları, "haber değeri" taşıyan kısa vadeli dalgalanmaları anlatır. Küçük girişimcinin kendi sektörünü etkileyen uzun vadeli dalgalanmaları arayıp bulması, sorup öğrenmesi gerekir.

Her sektörde yıllara yayılan dalgalanmalar olur. Efsanelerdeki yedi yıllık bolluk, yedi yıllık kıtlık dönemleri gibi, ekonomilerde de sürekli tekrarlanan iyi ve kötü zamanlar olur. Grafikteki ABD konut fiyat endeksinin iniş çıkışları gibi. Dalgalanmanın bir mekanizması vardır, örneğin konut fiyatı artınca müteahhitler inşaata girer, konut fazlası olunca alıcılar seçici olur, iniş kış on yıl sürer. Küçük girişimci açısından bakarsak, alıcı çoksa her emlakçı iş yapar, işlerin durmuşsa işi bilen para kazanır. Emlakçıysanız, emlak işindeki dalgalanmayı görmelisiniz.

Bazı işler uzun dönemli rağbet görür, rekabet artınca durur, cep telefonu, konfeksiyon, fast food, kafe gibi. Bazı işlerle kısa dönemli moda olur, sonra kaybolur bardakta mısırcı, lokmacı gibi. Ekonomideki dalgalanmanın mekanizması, işlerin rağbet görmesinden farklı, işler topluca açılıyor, kapanıyor. Ülkemizde küçük işletmecilerin izlemesi gereken iki önemli dalgalanma var, enflasyon ve kur makası.

### Enflasyon

Enflasyon ticarın yapısını, ahlakını temelden değiştirir. Enflasyon düşerse yatırımcı uzun vadeli düşünür, yatırımlar artar, piyasa düzene girer, iyiyi ucuza yapma yarışı başlar. Enflasyon yüksekse yatırımcı kısa vadeli düşünür, yatırımdan kaçınır fırsat kovalar, ödemeler geciktirilir, peşin satışa dönülür işler

### Economic fluctuation

In order to follow economic developments graphs are used. Experts study them to follow the movements of foreign currency, stock market, crypto and commodities etc all have swiftly changing prices and studying such movements attempt to forecast the meaning of them. Hour by hour, daily or weekly those short term evaluations are effected as they perhaps point to upcoming movements, here there is a crunch if it breaks this will happen, here there is support and if it continues that will happen.

These short term forecasts are good for those earning profit by money, when shares are going down they sell and when going up they buy and they profit from every fluctuation.

However for the small entrepreneur who earns with his/her own efforts these short term fluctuations are of no use. Setting up a business takes years when their capital is tied up any crisis is damaging for them. In that position what is needed is to enter a sector which will go well for a few years then months prior to an approaching crisis then profit is made. Economic forecasts which come from the screen are "news worthy" short term speculations. The small entrepreneur must attempt to understand the long term movements for his sector and must ask questions which will help him learn.

Every sector has movements over time the legends of old always talked of the seven years of abundance followed by the seven years of famine. So it goes with the economy there are good and bad times. Graphs shows the USA housing price index it's fluctuations are followed by contractors who then build, but when there are too many buildings then buyers become more choosy and the ups and downs follow for ten years. If we study this from a small entrepreneurs point of view if there are lots of buyers then estate agents do lots of business whereas when business slows those who have know how profit. If you are in the real estate business you must be able to see these fluctuations.

Some sectors have really long term periods, but as competition increases they slow down examples are hand phones, ready to wear, fast food and cafes. Some sectors are in fashion for only a short period then rapidly disappear like a speck of dust. The mechanism of economic fluctuations are such but if a business sector has no competition businesses all open then all close. In our country it is essential that the small entrepreneur follows two important fluctuations inflation and the exchange rate.

### Inflation

Inflation is a part of trade and at the roots of its morals change. If inflation is low the investor plans long term investing, investments increase, the market place reaches stability resulting then in the race of who can produce the best goods at the cheapest price. If inflation is high investors think for the short time, attempt to find an escape from investments, pay late, business turns more to the state of ready cash sales business slows, customers snatch at products and prices are increased. In a period of high inflation people investing expect to obtain capital return within 2 years while in periods of low inflation return is acceptable in 5 years time. The short term returns obtain more profit which then fuels inflation. High inflation is followed by stagflation, prices rise however buyers are not forthcoming, such a period is then followed by hyperinflation, the currency becomes of no value, populations take to the streets, prices increase daily, the population becomes poor and governments fall. In the past many countries in Europe and many other



yavaşlar, müşteri mala hücum eder fiyatlar şişer. Yüksek enflasyonda perakende yatırımının 2 yılda dönmesi beklenir, düşük enflasyonda 5 yıl makul bulunur. Kısa sürede dönüş bekleyen fiyatına fazla kar eder, enflasyonu körükler.

Yüksek enflasyonu stagflasyon izler, fiyatlar artar ama alıcı çıkmaz. Son durak hiperenflasyon, para pul olur, insanlar sokağa dökülür, fiyatlar her gün katlanır, halk fakirleşir, hükümet gider. Geçmişte Avrupa'da ve dünyada birçok ülke bunu yaşadı, Venezuela halen yaşıyor. Enflasyon uyuşturucu gibidir, piyasaya alırsanız bırakamaz, sonuna kadar gider. Enflasyonun musluğu hükümetin elindedir, topladığı vergiyle yetinirse paranın değerini korur, para basıp harcarsa enflasyonu körükler.

### Enflasyon grafiğinde yaşadığımız dönemleri görebiliriz.

1980 öncesi dışa kapalı dönemdi, Kıbrıs savaşı sonrası ambargoda artmayan enflasyon, anarşiyle patladı, askeri darbeyle bitti. 1980 sonrası dışa açılma dönemiydi, liberal ekonomi, ithalatı patlattı, koalisyon hükümetleriyle enflasyon kronikleşti. 14 hükümet değişti, değişen bir şey olmadı. Bankalar battı, Derviş geldi, ekonomiyi bağımsız kurumlara bağladı. Koalisyon dağılınca vatandaş eski partilerden umudu kesti, yeni kurulmuş parti tek başına iktidar oldu. 2002 sonrası yönetime disiplin ve istikrar geldi. Avrupa Birliği uyum yasaları iş hayatını düzene soktu. İhracat arttı, ithalat patladı, dünya markaları geldi. Eski usul iş yapanlar zorlandı, daha iyiyi daha ucuza verenler zincirleşti. ABD'nin büyük Ortadoğu projesi, global kriz sonrası parasal genişleme, bir kuşak bir yol yatırımları bize yaradı, özelleştirmeye, yatırımla, krediyle, ülkeye döviz yağdı. 2018'den sonra döviz girişi yavaşladı, döviz ve enflasyon kırırdandı, 2021'de patladı. Enflasyona alışkın olmayan iş dünyası bocalıyor, ekonomi kökten değişiyor.

### Kur makası

2002'den sonra döviz boldu, kredi ucuzdu, yabancı yatırımcı çoktu. Kur artışı (mavi eğri, TCMB) fiyat artışının (kırmızı eğri, TÜİK) altında kaldı. TL değerlendi, ithal mallar ucuzladı, sanayiçi ezildi, ithalatçı sevindi. Dış borç 100'den 500 milyar \$'a çıktı. Teşvik, özelleştirme, servet affı, vatandaşlık, megaprojelerin kredileri, döviz girişi sağladı. Turizm geliri yıllık 30 milyar \$, kaynağı belirsiz döviz girişi toplam 350 milyar \$ oldu. 15 yıl boyunca döviz çokluğundan mavi eğri kırmızı eğrinin altında kaldı. 2018'de makas kapandı, kurlar katlandı, 2021'den sonra temel girdilerin fiyatı üçe, beşe katlandı, seçim öncesi döviz tutuluyor. Enflasyon ve kur sonuçta dengelenecek.

Türkiye ekonomisinin zayıf karnı, tasarruf az, sermaye yetersiz, devlet borçla, ekonomi dövizle dönüyor. 2000 sonrası kur makası grafiğinde yeşil TCMB faizi, mavi TCMB döviz sepeti kur artışı, kırmızı TÜİK enflasyonu. Kur artışı dalgalanırken faiz nedense sabit kalıyor. Bu dalgalanma, sıcak para gelsin diye verilen taviz, yabancı yüksek kurdan döviz bodurdu, TL'ye çevirip faizini alır, düşük kurdan dövizini alır gider. Bu şekilde kendi ülkesinde %1 alacaksa, Türkiye'de %10 kazanır. Son 20 yıldaki 9 dalgada bu olmuş, son dalgada oyun bozulmuş.

### Sörfçü dalgadan korkmaz

Dalgalanma hep oluyorsa kaçınılmazdır, ama önlem alınabilir. Denizdeki dalgayı beklemeyen boşlur, bekleyen sörf yapar. Kabahat dalgada değil, hazırlıksız yakalananda.

Ekonomideki köklü değişimin işaretçisi olan enflasyon ve kur makası dalgalanmalarına küçük işletmeler dikkat kesilmeli. İş kuracaksanız temkinli olun. Kur makası kapanırken arada kalmayın. Enflasyon ortamında düşük yatırımlı, az masraflı, az elemanlı, paket servisi olan işlere girin. Sistem kurun, eğitim verin, franchise verin, internetten satın, esnek olun, dükkana, ustaya mahkum olmayın. Maliyetlerinizi kaydedin, haftalık izleyin, verimli çalışın, tasarruf edin, fiyatlarımızı düşük tutun.

places have passed through such times but Venezuela is still in that position. Inflation somewhat resembles drugs if the market place becomes used to it then it can't get out of it and it continues to the bitter end. The inflation tap is in the hands of the government if it is satisfied to spend only the equivalent of the taxes it has collected then money maintains its value but if additional money is printed and spent inflation is fueled.

The inflations we have lived through in our country can be seen from the graphs. Up until 1980 we were a country closed to the outside world. After the war in Cyprus the inflation had not increased but anarchism broke out and the military took over. After 1980 was the period our country opened to the world, liberal economy, importing exploded and with the various coalitional governments inflation became chronic. 14 governments changed but with no result. Banks went bankrupt, Derviş came the economy was tied to independent institutions. When the coalition had split up our population no longer had faith in the old parties and a newly formed party became government. After 2002 discipline and direction appeared. Conditions in business were set to be in conjunction with the European Union and the business world molded into shape. Exports increased, imports exploded, world brands came here. Those still working in the old manner had difficulties while the businesses which gave better and better at a cheap price became chains. With the USA's big Middle Eastern project, the financial easing for currency after the global crisis the new generation investments were of a tremendous help, privatizations, investments, credit and foreign currency flowing in.

After 2018 the entrance of foreign currency slowed, inflation and foreign currencies began to move then in 2021 it burst. Those in the business world who are not used to inflation are struggling while our economy is totally changing from its roots.

### HE CURRENCY SCISSORS

After 2002 currency was easy to obtain, credit was cheap and there were lots of foreign investors. The blue currency curve GBT showed the increases while the red curve Turkstat appeared below it. The TL gained value, imported goods became cheaper businesses here were flattened while our importers were happy. Our foreign debt increased from 100 to 500 million\$. Participation, privatization, capital pardons, residential permits, credit for mega projects along with entrance of foreign currency all occurred. Income from Tourism brought 30 million\$ and income from unknown sources amounted to 350 million\$. For 15 years the blue line remained below the red line. However in 2018 the scissors closed, foreign currency prices doubling while after 2021 basic food prices increased by threes and fives times. As we are now reaching election time people are holding on to any foreign currency they have. Inflation and currency will in the end become balanced.

The weak part of the Turkish economy is, savings being low, capital insufficient, the state is in debt and our economy turns on foreign currency. After the year 2000 graphics show GBT in green, the blue GBT shows price increase on mixed foreign currencies and in red Turkstat shows inflation. While currency is still moving in waves it's difficult to understand why interest always remains the same. Actually this is to encourage the input of foreign currency foreigners are able to change their own currencies into TL and take the interest on it then once again buy foreign currency at the low rate and then leave. In this manner if in their own countries they would obtain 1%, in Türkiye they earn 10%. These have been 9 waves of such actions in the last 20 years however this last wave has destroyed that game.

### A surfer is not afraid of the waves

If waves are constant they can't be escaped, however precautions can be effected. The surfer not expecting a wave drowns the expectant surfer then surfs. The fault is not that of the waves it is the people who are not prepared who get caught.

The deep changes are indicated by the scissors of inflation and currency exchange. The small investor must be aware of this. If someone is preparing to invest in a business then they must act warily. Don't be caught in the middle while the scissors are closing. While a country is in a state of inflation effect smaller investments, with fewer expenses, fewer personnel, have a business which has a packet service. Set up your system, educate your personnel give franchises, sell through the internet, be flexible do not be dependant on a shop or a foreman. Note your expenses and study them weekly, work efficiently, effect savings and keep your prices down.





## HAKAN ZİHNİOĞLU: “EMSAN TRENDLERİ VE TÜKETİCİ İHTİYAÇLARINI YAKINDAN İZLEYEN BÜYÜK BİR MARKADIR.”

HAKAN ZİHNİOĞLU STATED : “EMSAN IS A GREAT COMPANY WHICH FOLLOWS  
TRENDS AND THE NEEDS OF CONSUMERS EXTREMELY CLOSELY.”

1973'lerde Denizli'de bir emaye atölyesinde başlayan yolculuğunu yarım asırdır sürdüren Emsan, trendleri ve tüketici ihtiyaçlarını yakından izleyerek marka ve ürün yelpazesini sürekli zenginleştiriyor. “Yarım asırlık deneyimimiz, güçlü alt yapımız, güvenilir bir marka oluşumuz bize birçok avantaj sağlıyor. Girişimcilere pazarlama ve satış geliştirme desteği sunmamız da bizi bir adım öne geçiriyor,” diyen Hakan Zihnioğlu ile Emsan hakkında konuştuk.

*It's journey first started in an enamel atelier in Denizli in 1973 and it has closely followed the trends and the consumer requirements while constantly widening its range of products. “With our experience of half a century and our strong infrastructure we are a brand which people trust consequently this brings us many advantages. We also support entrepreneurs and their sales resulting in our always being one step further ahead,” said Hakan Zihnioğlu while discussing Emsan with us.*







Hakan ZİHNİÖĞÜ



### Sizi kısaca tanıyabilir miyiz?

Boğaziçi Üniversitesi Makina Mühendisliği bölümünden mezun olduktan sonra kariyerime Boğaziçi Üniversitesi Rektörlüğü'nde başladım, daha sonra çeşitli şirketlerde yöneticilik yaptım. 2016 yılında Boyner Yurtdışı ve Yurtdışı Satışlar Genel Müdür Yardımcılığı görevini üstlendim, ardından Türkiye'nin sektöründe lider olan firması Nurus'ta genel müdür olarak görev aldım. Emsan'daki genel müdürlük görevimi ise 2022'den bu yana sürdürüyorum.

### Firmanızın kuruluş ve gelişim süreci hakkında bilgi alabilir miyiz?

Emsan, 1973'lerde Denizli'de bir emaye atölyesinde başlayan yolculuğunu yarım asırdır sürdüren güçlü bir ulusal markadır. 2008 yılında Karaca Grubu'na dahil olan Emsan, bugün artık çelik tenceredeki gücünün yanı sıra yemek ve sofrta takımlarından kek kalıplarına, mutfak gereçlerinden içecek hazırlama gruplarına birçok kategoride ürünü tüketicilerle buluşturuyor.

### Firmanız Franchise vermeye ne zaman ve nasıl başladı?

Firmamız 2018 yılından itibaren başlayan mağazalaşma çalışmaları sonrasında 2023 yılı sonu itibarıyla 100 mağazaya ulaşmayı planlamaktadır. Türkiye'nin en bilinen markalarından biri olarak Franchise talebimizin yüksek olduğunu söylemeliyiz. Bu sebeple şube açacağımız lokasyonlar konusunda oldukça titiz davranarak tüketicilerimize 600'den fazla satış noktasına, ek olarak da tüm koleksiyonumuzu satan satış noktalarını artıracacağız.

### Kaç şubeniz ve çalışanınız var?

AVM ve caddelerde olan 60'dan fazla Emsan mağazalarımız ile halen 300'ün üzerinde satış ve yönetim ekibimiz vardır.

### Franchise verdiğiniz-vereceğiniz kişilerde aradığınız standartlar nelerdir?

Franchise vereceğimiz kişilerin vizyonu, dinamik ve yeniliklere açık olması konusunda oldukça hassasız. Bunun yanında açılacak mağaza ile ilgili de m2, hacim, yükseklik, mimari projemize uygunluk kriterlerimiz var. Konum olarak yaya ve araç trafiğinin yoğun olması ve ticari kapasiteye uygun lokasyonda yer alması da önemlidir. Mağazanın minimum 150m2 kullanım alanı olmasını, mağaza cephesinin 7 m'den büyük olmasını istiyoruz. Kiralama şartları, kira-fiyat /performans uygunluğu da değerlendirme kriterlerimiz arasında yer alıyor.

### Will You please briefly introduce yourself?

Once I received my degree from the Machine Engineering at the Boğaziçi University I began my career in its Rektoral department there, I followed this by being manager of various companies. Then in 2016 I took on the position first of assistant to the General Manager followed by becoming General Manager of Boyner Foreign Sales. I followed this by becoming the General Manager of the Nurus Company. My position as Emsan General Manager commenced in 2022.

### Please give us information on the founding and development period of your company?

Emsan began in an enamel atelier in Denizli in 1973 and on its half a century journey it has become a strong national brand. In 2008 the Karaca Group took on Emsan today in addition to its strength in steel pans it makes a diverse group of items ranging from dining and table ware, cake molds, kitchen requirements items for drink making in fact it serves a wide range of categories which it offers to its consumers.

### When and how did your company begin offering Franchises?

Our company began developing shops in 2018 and plans to reach the number of 100 shops by the end of 2023. We should add that as our brand is one of the most well known ones as a result there are many applications for our Franchises. It is for this reason that we react extremely carefully our customers are able to reach sales points of our products at more than 600 positions, additionally we have the intention of increasing the number of points where our complete collections are sold.

### How many workers and branches do you have?

We have in Shopping Centers and main thoroughfares more than 60 Emsan shops and more than 300 persons in sales and management.

### Which standards do you wish the people to whom you have given or will give Franchises to, to have?

We definitely wish them to have vision, to be dynamic and open to modern trends. Additionally of great importance is that of the m2, volume, height of premises, we have our own criteria for the architectural structure. The position must be on a busy thoroughfare with much traffic and the location must be in a position which will be able to obtain the required capacity of business. The shop must have a minimum of 150m2 of usable space and we wish the shop front facade to be of at least 7 meters. Evaluating conditions of renting, with the rent-price and the suitability of it to be certain of the correctness of the position to effect the required performance all are amongst our criteria.

### Why do you believe that entrepreneurs choose your company?

The Emsan brand is one which closely follows new trends and customer requirements plus we





### **Sizce girişimcilerin firmanızı tercih etme nedenleri nelerdir?**

Emsan trendleri ve tüketici ihtiyaçlarını yakından izleyen bir marka ve ürün yelpazemizi sürekli zenginleştiriyoruz. Yarım asırlık deneyimimiz, güçlü alt yapımız, güvenilir bir marka oluşumuz bize birçok avantaj sağlıyor. Girişimcilere pazarlama ve satış geliştirme desteği sunmamız da bizi bir adım öne geçiriyor.

### **Franchiselerinizi nasıl denetliyorsunuz?**

Sürekli saha ziyaretleri yapan satış ekiplerimizin yanı sıra gizli müşteri denetimi de yaptırarak servis kalitemizin üst düzeyde olmasını hedefliyoruz.

### **Girişimciler neden bu alanda Franchisee almalılar?**

Girişimcilik fırsatları iyi görebilmeyi gerektiriyor. Sektörümüz çok dinamik, her yıl 1 milyondan fazla yeni ev hanesi kuruluyor. Yeni dönemde zamandan tasarruf sağlayan, sürdürülebilir ürünlere ilgi artıyor. Bunun yanında Pandemi sonrasında sağlıklı beslenmeye, evde yaşama ve misafir ağırlama olan ihtiyaçlarımızı daha da çok fark ettik. Sofra, mutfak ve küçük ev aletleri kategorilerinde ihtiyaçlarının sürekliliği her zaman var.

### **Sektörün Türkiye’de son dönemde geldiği noktayı nasıl değerlendiriyorsunuz?**

Kullanım kolaylığı, tasarım ve inovasyon birçok sektörde olduğu gibi bizim sektörümüzde de çok önemlidir. Rekabette öne çıkan marka olabilmek için kaliteli ürün ve başarılı pazarlama çalışmalarının yanında tüketici beklentilerini iyi gözlemlemek gerekiyor. Türkiye mutfak ve ev gereçleri arasında dünyanın sayılı pazarlarından biri ve çok güçlü üreticileri var. Uluslararası olarak birçok ülkede Türk mutfak markaları talep görüyor.

### **Sizden franchisee alanların başarılı olması için nelere dikkat etmeleri gerekir?**

İşletmenin başında olmaları ve gelen her tüketiciye en kusursuz servisi sunmaları gerekir. Tüm ürünler hakkında detaylı bilgi sahibi olmak, kullanım hakkında bilgiler vermek ve farklı türdeki ürünlerimizi detaylı anlatabilmek önemli.

### **Önümüzdeki dönem hedefleriniz nelerdir?**

50. yılımızda mağazalaşma yönünde hızlı adımlar atıyoruz. Son bir yılda 20’ye yakın mağaza açtık. Yurtdışı satışlarımızı 3 katına çıkarmak ve 10’dan fazla ülkede satış noktamızın olmasını hedefliyoruz. Bunun yanında dünyanın farklı yerindeki fuarları da takip ederek, tüketici trendleri doğrultusunda koleksiyonlarımızı yeni ürünler ile güncelleyerek, pazar payımızı artırma yolunda çalışmaya devam ediyoruz.

are constantly widening our range of products. We have the experience of half a century we have a strong infrastructure we have become a very trustworthy brand all of which bring to us many advantages. We give support to our entrepreneurs with marketing and sales all of which make us one step in front of others.

### **How do you check up on your Franchisees?**

Our sales teams constantly effect visits but additionally we also use the secret customer method as we wish our service to be of the highest quality.

### **Why should entrepreneurs take a Franchise in this sector?**

It is essential that entrepreneurs understand where there are opportunities. Our sector is one which is really dynamic, every year more than 1 million new homes are opened. In the upcoming period products which when used save time and are sustainable are those which attract the customers. Additionally after the Pandemic we realized even more that eating healthy food, living more at home and effecting home hospitality mean the need for table, kitchen and small household utensils is ongoing.

### **How do you evaluate the position that your sector has now come to?**

In our sector as in other sectors easily used, design and innovative are all very important. In order to be in advance of competitors. Your brand must have a successful marketing system, products must be of quality and the understanding of the needs of your customers must be well evaluated. The Turkish kitchen and home utensils production is one of the best in the world and we have many strong manufacturers. Internationally many foreign markets prefer Turkish kitchen brands.

### **What should those taking franchises from your company do in order to be successful?**

They should be there in charge of their business and should give really faultless service. They should have detailed knowledge about every utensil and be capable of giving information on its use and be able to make comparisons with different items.

### **Which are your goals for the upcoming period?**

In our 50th year we are taking rapid steps with our shops. During the past year we opened almost 20 shops. We intend to increase 3 times our foreign sales. We pay attention to the fairs which are held in other countries and following the new trends then bringing our new products to comply as we continue to increase the size of our slice of the sector.





# Emsan yeni yatırımcılarını bekliyor

Güvenilir marka imajımız,  
güçlü altyapımız, pazarlama ve  
satış geliştirme ekibimizle  
büyümeye devam ediyoruz.  
Yarım asırlık deneyimle fark yaratacak  
yatırımcıları bekliyoruz.

İletişim: [emsanfranchise@emsan.com.tr](mailto:emsanfranchise@emsan.com.tr) | [www.emsan.com.tr](http://www.emsan.com.tr) | 0530 549 62 43





**Süleyman Soysal**  
Avukat

# İŞYERİ KİRALARINDA KİRA SÜRESİ İÇERİSİNDE UYGULANACAK ARTIŞ ORANI

IN THE SITUATION THAT A WORK PLACE IS RENTED OUT FOR A PERIOD OF TIME WHICH ARE THE CONDITIONS THAT APPLY FOR AN INCREASE DURING THAT TIME PERIOD

Bilindiği üzere Türk Borçlar Kanunu ("TBK") 1/7/2012 tarihinde yürürlüğe girmiş, Kiracının Türk Ticaret Kanunu'nda tacir olarak sayılan kişiler ile özel hukuk ve kamu hukuku tüzel kişileri olduğu işyeri kiralalarında, TBK 323, 325, 331, 340, 342, 343, 344, 346 ve 354 üncü maddeleri 1/7/2012 tarihinden itibaren 8 yıl süreyle uygulanmayacağı belirtilmiştir. Bu halde, kira sözleşmelerinde bu maddelerde belirtilmiş olan konulara ilişkin olarak sözleşme serbestisi gereği kira sözleşmesi hükümleri tatbik olunur denilmektedir. Peki 8 yıllık sürenin bittiği 1/7/2020 tarihinden önce imzalanmış ve fakat kira sözleşmesinin bir yıldan uzun süreli olması nedeniyle (örneğin 5 yıllık bir kira sözleşmesi) 1/7/2020 yılından sonrasına sarkan bir kira sözleşmesinde kira artış oranı sözleşmede belirtilen orana göre mi yoksa kira bedelinin belirlenmesi başlığının içeren 344. maddeye göre belirlenecektir?

TBK m. 344'e göre "Tarafların yenilenen kira dönemlerinde uygulanacak kira bedeline ilişkin anlaşmaları, bir önceki kira yılında (Değişik ibare: 7161 - 17.1.2019 / m.56 / Yürürlük / m.69/b) "tüketici fiyat endeksindeki oniki aylık ortalamalara göre değişim" oranını geçmemek koşuluyla geçerlidir. Bu kural, bir yıldan daha uzun süreli kira sözleşmelerinde de uygulanır."

Kanaatimizce kira sözleşmesinin 5 veya 5+5 yıl olarak belirlenmesinin kira dönemiyle ilgili değil kira süresiyle ilgisi bulunmamaktadır. Zira yenilenen kira dönemi kavramı kira süresinin bitiminden itibaren kira sözleşmesinin yenilenmesini değil yıllık olarak dönemler içerisindeki kira artışını ifade etmektedir. Bu durum kanun maddesinin gerekçesinden anlaşılmaktadır. Nitekim doktrindeki görüşe göre: "Örnek olarak, dört yıl süreli bir kira sözleşmesi yapılmışsa, kira bedelinin her yıl arttırılacağı veya iki yıl geçtikten sonra artış yapılacağı kararlaştırılabilir. Ne var ki, artış oranını belirlemekte taraflar serbest değildiler. Taraflarca kararlaştırılan artış oranı bir önceki yılın üretici endeksinde göre gerçekleşen artış oranını aştığı takdirde, sözleşmeyle belirlenen oran değil endekste ki artış oranı uygulanacaktır (değiştirilmiş kısmi kesin hükümsüzlük)" Yine Yargıtay da kira sözleşmesinin bir yıldan daha uzun süreli olması halinde bile kira artış oranının belirlenmesinde TBK 344. maddesinin dikkate alınması gerektiğini be-

As we are aware the "TBK"(The Turkish Debt Law) came into being in 1/7/2012,while the Tenants Turkish Business Law is applied to those considered tenants has special legal and public legal laws the applicable clauses being TBK 323,325,331,340,342,343,344,346 and 354 however specification was made that only after 8 years would that law come into being That being the case the clauses which cover the provisions of the lease contract are applied.However when the declared 8 year period ends what happens to those contracts which are effected for longer time periods and the quoted period is passed(for example in the case of a 5 year contract) are those contracts still effective on the quote on the contract or will it be decided upon according to the 344 clause?

According to the TBK clause 344 "When the contract renewal time comes based on the previous time periods rent (the change phrase :7161-17.1.2019/ m56/application/m.69/b is according to the consumer price list and the average increase on that list"however the amount must not be more than that.This law can be applied to rent contracts of more than a one year period."

In our opinion a rent contract for 5 or 5+5 years is not dealing with time length.The ending of the length of the contract rather is it details the increase amount.This is understood from the relevant law and acted upon according to that: example should a renting contract be effected for a period of four years it can be decided that each year there will be an increase or the increase will be effected after two years.However the crucial point is that neither owner or tenant are allowed to decide the amount of increase.The amount decided upon should not be higher than the percentage of the previous years production index,should that not occur automatically the index percentage amount will be used.(this change is definitely void) Again the high court has if the contract is longer than one year the right of decision but should take into consideration the TBK 344 clause.The High Court according to the 3 Legal E. 2017/7840, K. 2019/4125, T. 6/5/2019 decisions; "The owner and the tenant of the rented position having signed a contract for a 3 year period beginning 01.05.2013 at a price of 2500 TL the decision has been taken that the increase should be based on the TEFE+ÜFE average.







lirtmiştir. Yargıtay 3. Hukuk Dairesi'nin E. 2017/7840, K. 2019/4125, T. 6.5.2019 tarihli kararında; "Taraflar arasında 01.05.2013 başlangıç tarihli 3 yıl süreli ve aylık 2500 TL bedelli kira sözleşmesi imzalanmıştır. Sözleşmede yıllık artışın TEFE+ÜFE ortalaması oranında yapılacağı kararlaştırılmıştır.

Her ne kadar mahkemece her iki yıl bakımından da ÜFE oranında artış uygulanmış ise de yukarıda yapılan açıklamalar doğrultusunda her yıl için artış oranının ayrı ayrı değerlendirilmesi ve somut olayda ilk yıl için sözleşmede kararlaştırılan oran ÜFE artış oranının altında olduğundan sözleşme hükümünün esas alınması, ikinci yıl bakımından ise sözleşmede kararlaştırılan oran ÜFE artış oranının üzerinde olduğundan ÜFE artış oranının esas alınması ve buna göre hesaplama yapılması gerekmektedir. Dolayısıyla mahkemece her iki yıl bakımından ÜFE artış oranının esas alınması doğru görülmüştür." şeklinde hüküm tesis ederek 3 yıllık kira sözleşmesindeki kira artış oranının TBK 344'e göre belirlenmesini 3. yılın sonundan değil bu 3 yıl dahilinde olması gerektiğine karar vermiştir. (Kararda ÜFE olarak belirtilmesinin nedeni Borçlar Kanunu'nun 344. Maddesinin artış oranı olarak ÜFE'yi benimsemesi idi. Fakat yapılan değişiklik ile TÜFE oranı benimsenmiştir).

Yine 2013 yılından 2022 yılına kadar kiratlanan bir taşınmaz için 2019 yılında ÜFE zammı talep edilmesi nedeniyle açılan bir davada Yargıtay 3. Hukuk Dairesi; Tüketici fiyat endeksindeki on iki aylık ortalamalara göre değişim oranının esas alınacağına ilişkin hükmün, akdedilmiş diğer kira sözleşmelerinin yenilenmesinde de uygulanacağı açıkça belirtilmiş olup, kanunun yayın tarihinden itibaren derhal uygulanması gerektiğinden bahsedilmiştir. (25.05.2021 tarihli ve 2021/2915 E. 2021/5408 K. Sayılı ilamı) Zaten Kanun koyucunun kira döneminden kastının kira süresinin bitiminden itibaren yenilenen dönemi değil kira artışının belirlendiği dönem olduğu açıktır. Aksi takdirde bugün yapılan 5 yıllık bir sözleşmeye bile yıllık kira artışı ÜFE olarak belirlenebilecek ve böylece TBK'nın 344. maddesi hiçbir zaman uygulanamayacaktır. Halbuki konut ve çatılı işyeri kira sözleşmelerine kira artış oranının günümüzde TÜFE artış oranı dışında belirlenmesi mümkün değildir. Nitekim Yargıtay 12. Hukuk Dairesi E. 2022/2729, K. 2022/6662, T. 2.6.2022 tarihli kararında "Tüm çatılı gayrimenkul kiralarında 01.01.2019 tarihinden itibaren yapılacak kira artışlarının tüketici fiyat endeksindeki oniki aylık ortalamalara göre değişim oranı esas alınarak belirleneceği hüküm altına alınmıştır." demiştir.

Bununla birlikte taraflar arasında imzalanan sözleşmede farklı artış oranlarının belirlenmesinde de kiracı aleyhine düzenleme yasağı çerçevesinde kira artış oranına TÜFE uygulanacağı yorumunu doğrulayacaktır. Örneğin Yargıtay 12. Hukuk Dairesi E. 2022/2729, K. 2022/6662, T. 2.6.2022 tarihli kararında; "Kira sözleşmesinde kira artış oranının Tefe - Tüfe olarak kararlaştırılmış olması ve TÜFE'nin kanuni artış oranı olarak düzenlenmesi karşısında, kira sözleşmesinde artış oranının belirlenmediği sonucuna ulaşamayacağı nazara alınarak, mahkemece TÜFE oranı uygulanmak suretiyle" diyerek TÜFE'nin kanuni artış oranı olarak belirlenmesi gerektiğine hükmetmiştir.

Hal böyle iken; 1/7/2020 tarihinden önce akdedilip günümüze kadar devam eden bir yıldan uzun süreli işyeri kira sözleşmelerinde kira bedelinin belirlenmesi başlığını taşıyan TBK 344. maddesinin dikkate alınması gerektiğini doktrin ve Yargıtay Kararları çerçevesinde söylemek yanlış olmayacaktır.

However despite the court having judged on the two year ÜFE average viewing the above detailed differences every year the average increase should be evaluated while in certain cases the first years increase having been lower than the index, the second year has to be the average ÜFE increase. From this point of view the court decided that that increase should not be based on it. "Consequently the decision was taken that when a contract is for 3 years it should not be according to TBK 344 and calculations should include the 3 years. (The decision was that the reason for the ÜFE decision was based on the 344 clause in the Debt Law but because of the change the TÜFE increase was preferred).

Again in 2013 the tenant has a contract for premises up until 2022 in 2019 a case was opened for the right of the owner to have an increase by way of the ÜFE index was applied for, the supreme 3 Supreme Court; the tenant the decision to effect an increase based on the Consumer price index average yearly increase, the coming year price would also come into being in such a manner additionally from the moment that law was passed it must immediately be actioned that date was the 25.05.2021 and the referral was to the 2021/2915 E and the 2021/5408 K. number writs.

In both cases it is clear that the subject was not the termination time but the increase amount which was the subject of discussion. If this were not the case even for a new contract of a 5 year period and the yearly rent increase will be decided by reference to the ÜFE making obvious that the 344 of the TBK can never be actioned. While in actual fact living quarters and roofed business premises can only be decided upon under the TÜFE. Actually the Supreme Court 12 gave its decision the E 2022/2729, the K. 2022/2729 and the decision dated T. 2.6.22 all stated "All rents for roofed premises from 01.01.2019 onwards must take the 12 month average consumer price index by law.

Taking this into account for any contract signed between owner and tenant not in favour of the tenant it will be possible to base the decision on the TÜFE. For example the 12 Law Court of the High Court E 2022/2729, K. 2022/6662 and the T. 2.6.2022 decision." The percentage of rent increase must be decided upon by means of the Tefe-Tüfe and the TÜFE legal percentage however bearing in mind that should agreement not be reached the law court has the right to apply the TÜFE.

While the situation continues in this manner it is not wrong to acknowledge that for any agreement dated prior to 1/7/2020 when the percentage of rent is increased the TBK 344 clause must be taken into account within Court Decisions and doctrines.



# ZAFER POLAT KOYUNCU: “BİZ İŞİMİZİ NET, ÖLÇÜLEBİLİR VE SAMİMİ BİR ŞEKİLDE GELİŞTİRMEK İÇİN ÇALIŞIYORUZ.”

ZAFER POLAT KOYUNCU: WE ARE WORKING TO DEVELOP OUR COMPANY  
IN A NET, MEASURABLE AND SINCERE MANNER.”

Gayrimenkul sektörünün eksiklerini ve ihtiyaçlarını bilen ve çalışmalarıyla bu alana birçok yenilik katan Resital Franchise Gayrimenkul kuruluşundan bugüne, sektörün ihtiyacı olan eğitim, kalite ve vizyonu danışmanlarına ve hizmet alan müşterilerine ulaştırmaya devam ediyor. Resital Franchise Gayrimenkul A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Zafer Polat Koyuncu ile firmanın kuruluş, gelişim süreci ve çalışmaları hakkında konuştuk.

*The Resital Franchise Gayrimenkul Company since it was first formed has brought many innovations to the property market it is aware of the needs of the sector the requirements being education, good quality and vision and we and our experts continue to serve our clients accordingly. We discussed the company, its development period and its work with Zafer Polat Koyuncu who is the Chairman of the Board of the Resital Franchise Gayrimenkul A.Ş.*

## Firmanız kuruluş ve gelişim süreci hakkında bilgi alabilir miyiz?

Bursa'da gayrimenkul sektörünün öncü isimleri, lider brokerları; Sibel Taner Hacıoğlu, Emre Koçak, Murat Vatansver ve Rahmancan Sultansu bilgi ve tecrübelerini Resital Franchise Gayrimenkul A.Ş. çatısı altında topladılar. Yönetim Kurulu Başkanlığını üstlendiğim Resital Franchise Gayrimenkul A.Ş. sektöre yeni bir ses getirmek için yola çıktı. Gayrimenkul sektörünün içinden gelen, sektörün eksiklerini ve ihtiyaçlarını bilen ve çalışmalarıyla sektöre birçok yenilik katan kurucularımızın önderliğinde, kuruluşumuzdan bugüne; sektörün ihtiyacı olan eğitim, kalite ve vizyonu tüm çalışanlarımıza, danışmanlarımıza ve hizmet alan müşterilerimize ulaştırmak için çalışmaya devam ediyoruz.

## Firmanız Franchise vermeye ne zaman ve nasıl başladı?

Resital Franchise Gayrimenkul A.Ş. olarak Franchise vermeye 2023 yılında başladık. Uzun zamandır bu konuda talepler alan bir markayız. Ancak gerekli alt yapı kurulmadan, kurumsal gelişim seviyemiz ideal noktaya ulaşmadan, sistemin verimliliği modellenilebilir bir noktaya gelmeden, eğitim sistemimiz ihtiyacımız olan kaliteli danışmanları yetiştirmeden franchise vermek istemedik. Ayrıca verdiğimiz her franchise bizim ailemize kabul ettiğimiz bir iş ailesi üyemiz olacağı için bu konuda çok büyük bir titizlikle çalışıyoruz.

## Kaç şubeniz ve çalışanınız var?

Şu an 8 tanesi Bursa'da, 1 tanesi İstanbul'da ve 1 tanesi İngiltere'de olmak üzere 10 ofisimiz aktif olarak çalışıyor. Şu anki süreçte ise Bursa'da 5 ofis ile anlaştık, açılma süreçlerimiz devam ediyor. Aynı şekilde İstanbul için 5 ofis, İzmir için 2 ofis, Ankara için 1 ofis, Çanakkale için 1 ofis, Samsun için 1 ofis, Erzurum için 1 ofis görüşmelerimiz tamamlandı, çok yakın zamanda hem ülkemizin hem de farklı ülkelerin birçok şehrinde ofislerimizi çoğaltacağız. Şu an 150'den fazla sayıda aktif danışmanımız var. Brokerlarımız, profesyonellerimiz, yöneticilerimiz ve genel merkez çalışanlarımız ile bu sayı 200 kişiyi geçiyor. Açıkçası hızlı bir şekilde de büyümeye devam ediyoruz.

## Will you please briefly introduce yourself?

I am Chairman of the Board of Resital Franchise Gayrimenkul A.Ş. I am a graduate of the Gazi University business department. Prior to my degree I completed work in the management department, then in production then marketing. During my student years thanks to education I received in international institutions I specialized in education, management and leadership and became an expert then began to be a consultant. I taught and consulted in many state organizations universities and companies in the private sector. After completing 20 years I founded 2 companies. Since the opening of the Resital Franchise Gayrimenkul A.Ş. I have continued to be its Chairman of the Board.

Tell us about your company and its development. Leaders of the sector in Bursa; Sibel Taner Hacıoğlu, Emre Koçak, Murat Vatansver and Rahmancan Sultansu brought all their knowledge and experience together and collected under the auspices of Resital Franchise Gayrimenkul A.Ş. and thus we set off on our journey to bring a new air to the sector. As we all came from the real estate sector, we were aware of the lacking of some sectoral situations and with our work brought out many innovations today our Company continues to educate, to teach quality and vision and to reach customers by means of our quality service.

## How and when did your company begin to offer Franchises?

We at the Resital Franchise Gayrimenkul A.Ş. began to offer franchises in 2023. We are a brand which for a long time has been receiving requests. However without the necessary infrastructure we did not wish to begin, and without its arriving at the ideal level and quality again we did not wish to action. In addition every franchise we give brings in a new member of our family for these reasons we work extremely carefully.

## How many branches and personnel do you have?

Presently we have 8 in Bursa, 1 in İstanbul, 1 in England these 10 offices are actively working. In the present period we have understandings with 5 other offices in Bursa and work continues for their opening. In the same position we have 5 offices in İstanbul, 2 in İzmir, 1 in Ankara 1 in Çanakkale, 1 in Samsun and 1 in Erzurum all which have reached agreements with us.





Resital Franchise Gayrimenkul A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı **Zafer Polat KOYUNCU**  
Chairman of the Board of the Resital Franchise Gayrimenkul A.Ş. **Zafer Polat KOYUNCU**

#### Franchise verdiğiniz-vereceğiniz kişilerde aradığınız standartlar nelerdir?

Biz bu yolda Marifet- Güven- Memnuniyet mottoları ile yürüyoruz. Bu nedenle işini iyi yapan, kaliteli iş yapmak için çalışan kişilerle ilerlemek istiyoruz. Sektörümüzün eksikliği olan güven ortamını oluşturmak için güvenilir ve hedef odaklı, problem çözme becerisi yüksek herkesle tanışmak isteriz. Elbette bizim iş ailemize dahil olacak kişilerin ve ekiplerin üretken ve başarı odaklı olması çok önemlidir. Ancak bu iş gerçekten çok emek vererek ilerlenecek bir iş. O nedenle standartlar kadar bu işe aday olan kişinin isteği ve bunu davranışa dönüştürme becerisi de bizler için önemli.

#### Sizce girişimcilerin firmanızı tercih etme nedenleri nelerdir?

Franchise sistemimizi kurarken rakiplerimizi ve sektörün eksiklerini ciddi şekilde araştırdık. Ekip olarak Franchise sistemi kurma noktasında ciddi bir tecrübeye sahiptik ve aslında bu konuda birçok farklı sektörden girişimcinin taleplerini gayet iyi biliyorduk. Bu talepler doğrultusunda beklentileri karşılayacak bir modeli profesyonel bir eğitim yapısı ile destekledik. Akreditasyonunu ülkemizin ciddi üniversitelerinden aldığımız eğitimlerimizle sektöre vizyoner gayrimenkul danışmanları hazırlayacak bir akademi kurduk. Hukuki açıdan franchise adaylarımızın yanında olduğumuzu kanıtlayan sözleşmeler hazırladık. Herkesin kazanacağı gelir modelleri ve ödüllendirme sistemleri geliştirdik. Birçok markada sisteme girmek de çıkmak da çok zordu. Hem maddi hem de manevi olarak yatırımcılar çok yoruluyordu, ilk olarak bunu değiştirdik. Büyüme planlarımız, operasyon becerimiz, kendimize özgü tasarladığımız CRM sistemimiz, denetim sistemimiz sanırım bizlerden franchise almayı isteyen tüm girişimcilerin bizi tercih etmesinde önemli bir rol oynamıştır. Biz işimizi net, ölçülebilir ve samimi bir şekilde geliştirmek için çalışıyoruz.

#### Franchiseelerinizi nasıl denetliyorsunuz?

Elbette denetim, franchise sistemlerinde en çok önemsenmesi gereken ko-

In a short time we shall increase the number of offices both in our country and internationally. We presently have more than 150 active consultants. Our Brokers, our professionals, our management and those working at our central result in the personnel number being more than 200. Frankly we continue to speedily enlarge.

#### Which are the standards that you expect the people you have given or will give to franchisees to, to have?

On our journey we believe in our motto of Capability-Trust-Satisfaction. We wish our franchisees to work well and their work to be of high quality these are the type of persons we wish to move forward with. In this sector generally the feeling of trust is not in place thus our aim is to remedy that along with the ability to be focused on a goal while being also good at solving problems, we wish to meet with persons who have such qualities. Naturally we expect all the working members of our family to be focused on success. Only those who put in lots of effort will advance. For these reasons at the same time as having the stated qualities, the candidate should have a desire but also the capacity of turning that desire into being that is also very valuable to us.

#### Why do you believe that investors prefer your company?

While we were setting up our system we made an extremely close survey of our competitors and of the sectors weaknesses. Our team already had vast knowledge of the Franchise system and in many cases already knew the weaknesses of certain sectors from requests made by entrepreneurs. Therefore as an answer to many requests we formed our work model on offering a really professional training. Accreditation we had from our education at serious universities in our country so we formed an academy that visionary real estate consultants could attend. From the legal point of view we effected contracts proving we were supporting our candidates and we developed a model where every one had part of incoming income together with an award system. With many brands entering their system is difficult but wishing to leave is also difficult. Some brands were exhausting the entrepreneurs both financially and psychologically. First we changed this. Development planning, operational abilities are seen on our privately developed CRM system with also our checkups and we believe play an important role in entrepreneurs preferring our brand. We are working to develop our business in a clear, measurable and trustworthy manner.

#### How do you check on your Franchisees?

Of course check ups play an important role in the franchising system. However with a quality training and the right system as people increase their ability to follow rules everyone attempts to effect a higher quality of work the system itself is in truth checking up itself and you yourself



nuların başında gelir. Ancak kaliteli bir eğitim ile doğru bir sistem kurarsanız, kişilerin yetkinlikleri geliştikçe kurallara uyma kabiliyetleri çoğaldıkça herkes işini daha da kaliteli yapmak için çalıştıkça sistem kendi kendini denetler bir sisteme döner ve siz de kaliteyi sürecin bir parçası olarak genele yaymış olursunuz. Bizim bu konudaki ilk hedefimiz; denetime ihtiyaç hissettirmeyecek danışmanları yetiştirmek ve/veya kadromuza katmak yönündedir. Elbette her bir franchise aynı zamanda markamızın genelini yansıtan bir aynadır. O nedenle franchiselarımızın gelişimi ofis olarak daha başarılı ofisler haline gelmeleri için ekip olarak çok yoğun şekilde çalışıyoruz. Eğitim ve gelişim süreçlerinde nasıl yanlarındaysak aynı şekilde yaptıkları işleri denetlemek için de özellikle CRM sistemimiz üzerinden takip ve değerlendirme yapıyoruz.

#### Girişimciler neden bu alanda franchisee almalıdırlar?

Ekonomik koşulların değişmesi, dünya genelinde yaşanan ekonomik sıkıntılar ve durgunluk haliyle birçok sektörü olumsuz etkilemiştir. Ancak ülkemizde her ne açıdan olumsuzluk yaşanırsa yaşansın ilginçtir ki gayrimenkul sektörü her zaman kazançlı bir iş modeli olmaya devam etmektedir. Haliyle bu işe giriş için harcadığınız emek ve parayı geri kazanma sürenizin kısa olması da bu işin seçiminde çok önemli bir nedendir. Eski çalışma modellerinin aksine artık ofislerimizde maaşlı çalışanlarımızdan daha çok kendi işletmelerinin sahibi olan bireysel danışmanlar ile çalışıyoruz o nedenle çalışan maliyetlerimiz de eskiye oranla çok daha düşük seviyelerde. Artık her gayrimenkul danışmanı aynı zamanda hem kendi şirketinin sahibi hem de ofislerin çözüm ortağı gibi çalışıyor. Bu konu da çok ciddi bir maliyet avantajı yaratıyor.

#### Sektörün Türkiye’de son dönemde geldiği noktayı nasıl değerlendiriyorsunuz?

“Her zama daha iyi nasıl mümkün,” diye düşünen bir yapıya sahibim. Açıkçası MYK Lisans-5 ile ülkemizde gayrimenkul sektörüne giriş yapan girişimcilerin kalitesinin arttığına inanıyorum. Kanunlar bu konuda sektörün gelişimine ciddi şekilde destek olmuştur. Daha da iyi olması için özel sektörün de danışman gelişimine yatırım yapması çok önemlidir. Çünkü sürekli gelişen ve büyüyen bir sektörde bizlerin de hem iş üretimi olarak hem de yaptığımız işin kalitesi yönünden büyümemiz ve gelişmemiz gerekmektedir.

#### Sizden franchisee alanların başarılı olması için nelere dikkat etmeleri gerekir?

Resital Franchise Gayrimenkul A.Ş. olarak bizler, müşteri memnuniyeti odaklı, sektöre liderlik edecek danışmanları yetiştirmek ve ülkemizin dört bir yanında kaliteli hizmet anlayışımızı yaymak için bir araya geldik ve gelişimlerinin her aşamasında franchiselarımızın yanındayız. Elbette kurmuş olduğumuz bu güzel sistemin çalışması, büyümesi ve sürekli gelişmesi için ciddi bir emek gerekiyor. Kurucu ortağımız Sibel Taner Hacıoğlu'nun çok güzel bir sözü var tam da burada yazmak isterim. “Lider koşarsa, ekibi yürür. Lider yürürse, ekibi durur. Lider durursa, ekibi ölür.” Bizden franchise alan brokerların öncelikle bu söz çerçevesinde harekete hazır olması gerekiyor. Çok kârlı, çok potansiyelli ve sosyal bir iş modelimiz var. Ancak her işte olduğundan biraz daha fazla çaba, emek ve çalışmak gerektiren bir sektördeyiz. Bunun bilincinde olan tüm brokerlar başarılı olur diye düşünüyorum.

#### Önümüzdeki dönem hedefleriniz nelerdir?

Öncelikle ülkemizin tamamında, franchise ofislerimiz ile sektörümüzün en kıymetli markası olmak için çalışmak istiyoruz. İşini en iyi şekilde yapmak için çalışan, sürekli gelişime önem veren bir marka olarak “Gayrimenkulün Sesini Değiştirmeye” devam edeceğiz. Londra ofisimiz ile Avrupa’ya açıldık global olarak da büyük hedeflerimiz var. Ekibimizle, bize her zaman destek olan kurucularımızla bu hedeflerimize de kısa sürede ulaşacağımıza inanıyorum.

become a part of spreading it. On this point our efforts are to have other offices working towards success and for this reason our team works extremely strongly. During the Training and Development period our main follow up is especially by our CRM system there we effect our follow up and evaluation.

#### Why should entrepreneurs take a franchise in this sector?

Economic conditions have changed, the world in general lives through those conditions and because of them and the slow down it has resulted in most sectors feeling the resulting problems. However in our country it is interesting that despite negative situations the real estate sector is always one which constantly effects profits. Resulting in those who have invested their finances and their efforts soon becomes gainful and that is one of the most important reasons for their choice of sector. As opposed to the old manner of working we now have in our offices more people who have become consultants and for this reason the costs of personnel in comparison with previous years is much reduced. Presently all our real estate consultants at the same time are owners of their own companies while also being helpers in problem solvers in our offices.

#### How do you evaluate the position that your sector has come to in this last period?

How is it possible for things always to improve? That is my way of thinking. I seriously believe that entrepreneurs entering our sector and holding a MYK license-5 are improving the quality of the sector. Laws are also giving much help in the development of the sector. For it to be even better consultants in the private sectors need to invest and develop. As our sector is one which is constantly increasing and developing we working in it must ensure that with its development the quality of work standards must also be developed.

#### What should the persons taking franchises from your company pay attention to in order to succeed?

We as Resital Franchise Gayrimenkul A.Ş. are closely focused on our customers being satisfied, we teach consultants who will lead the sector and in all four corners of Türkiye spread such an understanding we are here always to support the development of our franchisees. Naturally to use this excellent system which we have set up, ensure it works and develops constantly it's essential that we work hard. One of our founding partners Sibel Taner Hacıoğlu made such a good remark I wish to quote it in full here. “If the leader runs then the team walks. If the leader walks the team stops and if the leader stops the team dies.” Brokers who take our franchises must be willing to fulfill totally the meaning of that remark. Here there is a very profitable system which has great potential and is a social system. However as in every business sector effort and work must be effected but in ours even more so. I think that all brokers who are aware of this will be successful.

#### Which are your goals for the upcoming period?

Firstly we work to ensure that our offices are through the whole of our country and at the same time we are the best brand in the sector. We are working in the best manner, we are totally aware that development is very important and that we continue to be “The company which is changing the voice of Real Estate”. With our London office we have opened in Europe additionally we have globally great goals. With our team and our founders who have always supported us we believe we shall be able to fulfill all our goals within a short time.





# Kazandıran strateji ve doğru ekiple büyüme isteyen girişimcileri sahneye bekliyoruz!

- Ekip çalışması ve başarı odaklı marka motivasyonu •
- Güvenilir danışman kadrosu •
- Adaletli kazanç paylaşımı •
- Ve sürekli eğitim imkanları ile •

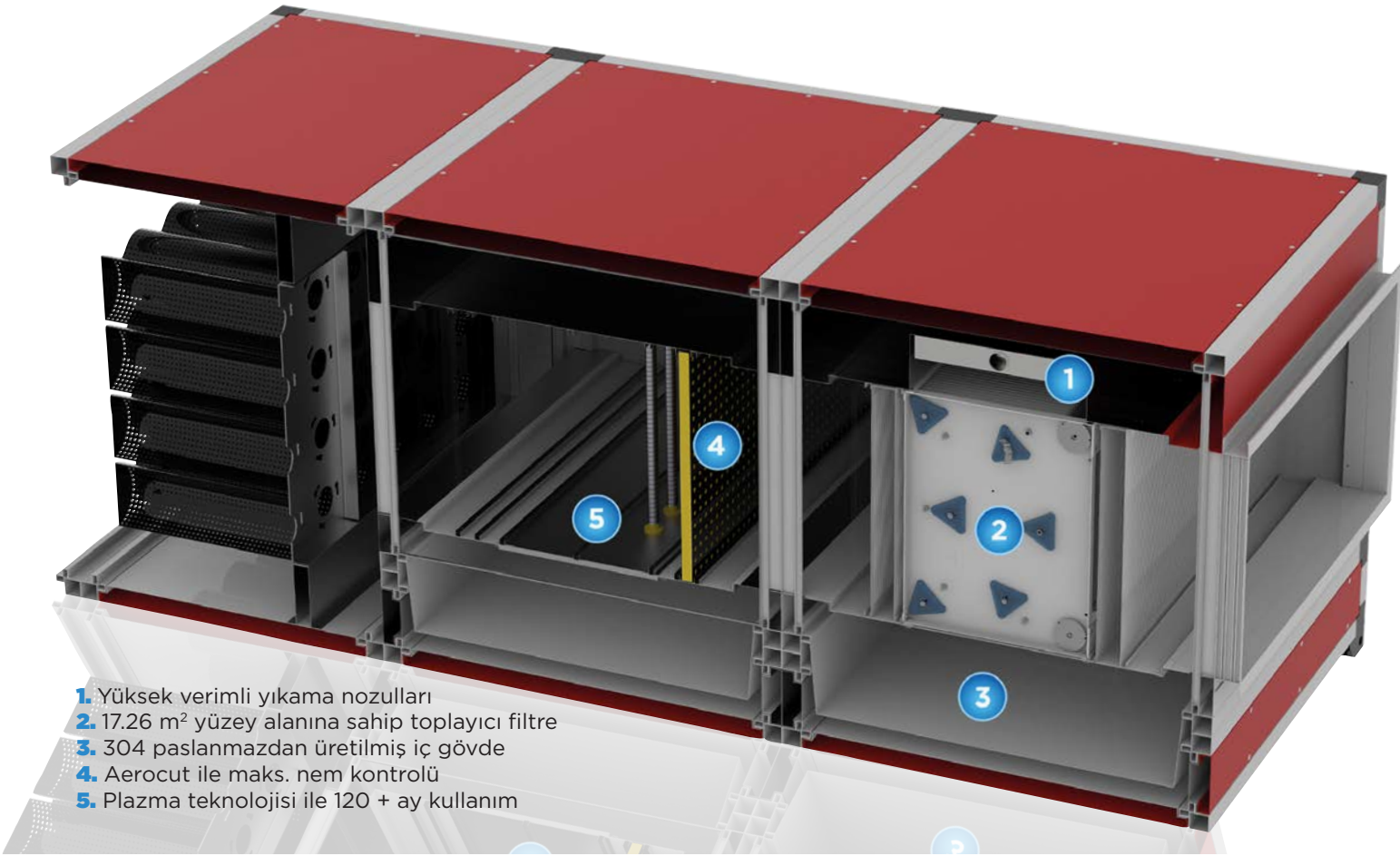
## **GAYRİMENKULDE RESİTAL BAŞLADI!**



+90 224 502 90 99



[www.resitalgayrimenkul.com.tr](http://www.resitalgayrimenkul.com.tr)



1. Yüksek verimli yıkama nozulları
2. 17.26 m<sup>2</sup> yüzey alanına sahip toplayıcı filtre
3. 304 paslanmazdan üretilmiş iç gövde
4. Aerocut ile maks. nem kontrolü
5. Plazma teknolojisi ile 120 + ay kullanım

## Alize Mühendislik'ten Kendini Temizleyebilen Elektrostatik Filtre: Promate AQB Autowash

Alize Muhendislik has brought out an Elektrostatik Filter which cleans itself: The Promate AQB Autowash

Alize Mühendislik özenli mühendislik yaklaşımıyla, endüstriyel mutfaklarda, gıda sanayisinde, endüstride ve birçok alanda egzoz gazındaki yağ, duman ve koku sorunlarına uzun zamandır standart elektrostatik filtre ve destek ürünleriyle birlikte ideal çözümler sunuyor.

Promate AQB Autowash, elektrostatik hızlandırma prensibini kullanarak havada bulunan mikro ölçekteki duman, is, yağ ve toz partiküllerini ayırarak hem havayı hem de kendini otomatik olarak temizleyebilen elektrostatik filtre sistemidir.

Otomatik yıkama özelliği olan Promate AQB Autowash elektrostatik filtre, kaliteli temiz hava ihtiyacını karşılama ve geliştirilen kendini temizleme özelliği ile benzersiz bir yapıdadır. Filtre kirlilik seviyesi sürekli kontrol altında tutulduğundan, hava temizleme performansı stabil ve sürdürülebilirdir. Promate AQB Autowash serisi elektrostatik filtre sistemi, yağ buharı ve dumanı oluşturan mikro partikülleri, alüminyum plakalarda toplar. Kirlenme olduğunda, filtre hücresinin yerinden çıkartmaya gerek duyulmaz. Otomasyon üzerinden önceden belirlenmiş periyotlarda temizlik programı devreye girerek kendini temizler, kurutur ve yeniden çalışmaya hazır hale getirir. İşletme ve kullanıcı dostudur. Toplayıcı plakaları geliştirilmiş olup pazardaki en yüksek yüzey alanına sahiptir.

ISO 16890 standardına göre yapılan verimlilik testlerinde; ePM<sub>1</sub> -%96,65, ePM<sub>2,5</sub> - %96,90 ve ePM<sub>10</sub> - %97,69 oranlarına ulaşmıştır. Bu oranlar ESP ürünlerinde pazara sunulan en yüksek değerdir. Promate AQB Autowash, ön programlı yıkama seçenekleri ile istenilen zaman diliminde temizlik yapabilir. Yüksek koruma sınıflı kasası ile dahili ve harici ortama

Alize Muhendislik with the close attention of its engineers offers ideal solutions and for a long period of time with its standard electronic filter it has been offering solutions to problems in industrial kitchens, and the food sector and in other situations of exhaust gases, oil and smells.

Its Promate AQB Autowash by way of increasing the electrostatic speed principle measures the separate amounts of smoke, soot, oil and dust particles in the atmosphere and in its own automatic self cleaning electrostatic filter system.

There is nothing to compare with its Promate AQB Autowash electrostatic filter as it meets the needs of clean high quality air by self cleaning it is a unique structure. The height of filth in the atmosphere is constantly under control and it ensures a stable on going clean air performance. The Promate AQB Autowash series of electrostatic filter system collects the micro particles of oil, smoke and steam on aluminum plates. When they become dirty there is no need to take the filter cell out of its place. Automatically, as previously stated, at the required periods of time the cleaning program goes into action, cleans then dries itself and puts itself to work again. It certainly is a friend for the business and the user.

The developed collective plates have the highest surface area on the market.

According to the ISO 16890 standards of efficiency tests; ePM<sub>1</sub>-%96,65, ePM<sub>2.5</sub>-%96,90 ve ePM<sub>10</sub>-%97,69 have been reached. These percentages of ESP products on the market are the very highest.

With the Promate AQB Autowash on the pre program there are the possibilities of choosing



montaj imkânı sağlar. Mevcut filtre sistemlerine adaptasyonu yapılabilir. Otomasyondan kumanda edilerek çalışma saati ayarı imkânı sağlar. Bina otomasyon sistemleri ile haberleşme çıkışları bulunur. Promate AQB Autowash, referanslarıyla işletmelere etkin, güvenli ve kolay kullanım sunar. İşletme dostu Promate AQB Autowash; güvenli ve temiz filtre kullanımı, maksimum performans, maksimum hava kalitesi, maksimum filtre ekipman ömrü ve maksimum tasarruf sağlar. Zaman ayarı yapılabilmesiyle filtrelerin belirlenen periyotlarda yıkanarak temizlenmesini böylelikle havalandırmanın çalışmadığı müsait zamanlarda yıkama yapmasına olanak sağlayarak iş gücü kaybını engellediği gibi sistemi temiz olarak yeni kullanıma hazırlar. Kimyasal dozajlama, durulama ve kurutmayı otomatik yapar, kullanıcı müdahalesi gerektirmeyerek kullanıcı dostudur. Opsiyonel kurulum modelleri ile %99'a varan hava arıtımı sağlar.

Promate AQB Autowash, egzoz gazındaki yağ, duman ve kokunun arıtımında son derece başarılı olduğu gibi aynı zamanda da işletme ve bakımda yaşanan birçok sorunu doğru projelendirme ile kökten çözmüştür.

Uzun bir Ar – Ge süreci sonucu birçok avantajı ile beraber pazara sunulmuştur.

### **ESP Bakım İşçilik Maliyetleri**

Katı yakıtlı pişirmelerle toplayıcı filtreler 3 / 7 / 15 / 21 / 30 / 45 günlere varan periyotlarda detaylı bakım yapılması gerekmektedir. Promate AQB ile ciddi oranlarda işçilik maliyetleri minimize edilir.

### **Personel İhtiyacı**

İster dışarıdan hizmet alınsın ister işletmenin personeli bakımı yapsın belli sayıda personel ihtiyacı olacaktır. Promate AQB Autowash ile personel ihtiyacı olmayacaktır.

### **Bakım İstasyonu Yatırımı**

Hizmeti işletme personeli yaparsa bakım istasyonu, yedek filtre vs. gibi yatırım yapılmasına Promate AQB Autowash ile gerek kalmayacaktır.

### **Kanal Bakım Maliyetleri**

Zamanında yapılmayan, yanlış yapılan ya da herhangi aksaklık ile yapılamayan ESP bakımlarından dolayı kanallar yağlanabilmektedir. Promate AQB Autowash ile bu sorun olmaktan çıkmıştır.

### **Minimum Yangın Riski**

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

### **Kanal Yağlanmasına Bağlı Minimum Koku**

Kanalda biriken yağ zaman içinde bozulurak pişirmeden gelen kokuya ek olarak daha da ağırlaştırırken Promate AQB Autowash ile sık bakım yapılarak olası bu sorun çözülmüştür.

### **Sürekli Maksimum Filtre Verimi**

ESP tekniğinde kirli havadaki partiküller toplayıcıdan 180° açı ile belli bir hızda geçerken plaklara elektrostatik olarak yapışır, zaman içinde verim düşer. Promate AQB Autowash ile çok kısa periyotlarda minimum maliyetlerde bakım yapılarak verim sürekli maksimum tutulur.

### **Aktif Karbon Ömrü**

Promate AQB Autowash ile toplayıcı filtreye sık periyotlarla bakım yapılacağından olası aksaklıklar yüzünden yağ ve duman kaçağı olmayacak ve aktif karbon daha uzun ömürlü kullanılacaktır.

### **Yüksek Aktif Karbon Verimi**

Promate AQB Autowash ile toplayıcı filtreye sık periyotlarla bakım yapılacağından olası aksaklıklar yüzünden yağ ve duman kaçağı olmayacak ve aktif karbon daha verimli kullanılacaktır.

### **Hatalı Bakım Kaynaklı Sorunlar**

Özellikle yetkili olmayan servisler tarafından manuel olarak yapılan bakımlarda toplayıcı filtre zarar görebilmekte ve kullanılamaz hale gelebilmektedir. Promate AQB Autowash ile yerinden çıkarmadığınız toplayıcı filtre çok daha uzun kullanılabilir. Promate AQB Autowash ile işletme bakım ile ilgili birçok işlemden zaman tasarrufu sağlayacaktır.

### **Genel İşletme Maliyetinde Tasarruf**

İşletmede bakıma ayrılan emek, maliyet, zaman gibi birçok konuda tasarruf sağlayacaktır. Promate AQB Autowash'ın iç yapısı paslanmaz malzeme olduğundan ve filtre bakım esnasında sökmeden, takmadan dolayı aşınmayacağından dolayı çok daha fazla uzun ömürlüdür.

the periods of time wished for cleaning. With its high protective quality crate there is the possibility of it being mounted inside or outside as wished. It can be adjusted with the previously installed filter systems. With its automatic controller the periods of time can be chosen and changed as required. There are also outlets for offering information to the building systems. The Promate AQB Autowash with its referential system is effective, trustworthy and easy to work. This is a friend of businesses; its use of secure cleaning filters offers maximum performance, maximum quality of air, maximum long life filter equipment and maximum savings. The fact that it is possible to change the timing of the cleansing periods brings the advantage of having the capability to have the cleaning effected when the air conditioning is closed which eradicates the loss of labor hours while supplying a ready to use clean system. It supplies the correct dose of chemicals, washes and dries automatically and the user needs to effect no action himself in other words the system is a great friend. With its optional new model it reaches a 99% air conditioning service.

The Promate AQB Autowash is extremely successful with its conditioning of exhaust gas oil, smoke and smell but at the same time in its working for the business and the care of the system thanks to the correct projects being instituted from the roots at the end of an intensive R-D period it brings to the market many advantages.

### **The cost of ESP maintenance labor**

With collecting filters for solid waste 3 / 7 / 15 / 21 / 30 / 45 days periodic detailed maintenance is necessary. With The AQB Promate the maintenance costs are greatly minimized.

### **Personnel needs**

Normally outside service is obtained or a permanent number of maintenance personnel is kept. With the Promate AQB Autowash personnel is simply not needed.

### **Payment to Maintenance Stations**

If the personnel at the maintenance station effect work on the spare filter etc. it has to be paid for. With the Promate AQB Autowash there is no need at all.

### **The Cost of Channel Maintenance**

When maintenance is needed for ESP if wrongly effected or if not done on time the channels can become oily. With Promate AQB Autowash this problem does not arise.

### **The Minimum Risk of Fire**

When problems arise during maintenance they can result in oil collecting together which increases the fire risk. With Promate AQB Autowash and its regular and often attention this risk is minimized.

### **The Minimum Smell which Results from Channel Grease**

When oil has collected in the channel in time it spoils and even when not being cooked it emanates a smell which with time becomes heavier. With Promate AQB Autowash and its opportunity of ongoing maintenance this problem has been resolved.

### **Ongoing Maximum Filter Efficiency**

With the ESP technique the particules of dirt in the air are collected at 180 degrees when effected at such a speed the particules adhere to the electrostatic plates resulting as time passes in it's level of efficiency deteriorating. Promate AQB Autowash with its short periodic minimum cost maintenance ensures efficiency is always at a maximum.

### **The Life of Active Carbon**

Promate AQB Autowash controls its filters at regular short intervals and thanks to those any possible escape for oil and smoke are eliminated and the active carbon will be able to be used for a longer time period.

### **Problems Arising from Wrongly Effected Maintenance**

Problems arise mainly from the use of non registered maintenance centers where work is often effected manually then the collector filters can be damaged and even become unusable. With the Promate AQB Autowash the collector plates are not taken out consequently they can be used much longer.

### **Time Saving**

In many of the maintenance situations the Promate AQB saves lots of time.

### **Savings in General Business Costs**

With our model much time is saved in labor, costs and time.

### **Long Economic Life**

Because the inside of our AQB Autowash model is made from non rusting material the filter does not have to be taken out consequently the question of damaging does not arise nor does it have to be put into place which results in it having a much longer life.

UFRAD ÜYELERİ	TELEFON
1453 OSMANLI KAHVE EVİ	0232 330 14 00
AKTÜEL EMLAK	0216 363 25 30
ASLI BÖREK	0216 418 25 72
ATASAY	0212 652 33 66
BAY DÖNER	0232 464 42 35
BAYRAMEFENDİ OSMANLI KAHVECİSİ	0242 244 88 45
BEREKET DÖNER	0212 771 55 55
B-FIT	0216 700 22 17
BİL KOLEJİ	444 5 245
BİSSE	444 1 235
BURGER KING	0212 310 66 00
BURSA KEBAP EVİ	0212 690 52 52
CAFE ITALIANO	0212 709 60 70
CAJUN CORNER	0543 218 09 99
CAR WAX	0216 540 03 48
CARREFOURSA	0216 655 00 00
COFFEEMANIA	0232 422 19 32
COLDWELL BANKER	0212 352 50 50
ÇENGELKÖY BÖREKÇİSİ	0216 462 35 20
ÇİĞKÖFTEM	444 2 126
ÇİLEK MOBİLYA	0224 721 28 66
DIGITAL PARTNERS	0212 212 22 83
DİLEK PASTA CAFE REST.	0212 671 71 34
DOĞUŞ KURUYEMİŞ	0212 806 10 53
DOMINO'S PİZZA	0212 280 96 36
DOYUYO	0216 504 40 61
DRY CLEAN EXPRESS	0216 331 10 00
EMPA GAYRİMENKUL	0312 231 06 28
ENDLESS ABROAD YURTDIŞI EĞİTİM	0212 949 03 33
ERA GAYRİMENKUL	444 9 372
ERCİYES BÖREK	0216 594 55 50
ESSİ GÜZELLİK MERKEZİ	0232 421 18 08
ETİŞLERİ	0532 324 21 10
FEDERAL COFFEE	0212 223 30 55
GÖÇMEN BÖREKÇİSİ	444 4 964
GÖNÜL KAHVESİ	0216 688 81 11
GURME MUTFAK	0212 690 57 58
HACIOĞLU	0216 387 30 30

HAPPY MOON'S	0216 302 16 13
HD İSKENDER	0212 281 99 96
HOT DÖNER	0534 797 87 00
İKBAL	444 1 922
J CLUB	0212 505 35 71
KAHVE DÜKKANI	0224 246 35 12
KARAFIRIN	0212 696 69 91
KOCATEPE KAHVE EVİ	0850 303 19 49
KOMAGENE	0216 367 97 00
LEMAN KÜLTÜR	0850 532 05 65
LITTLE CEASERS	0212 604 14 14
LORİS PARFÜM	0262 744 41 45
MARMARİS BÜFE 1964	0216 411 02 66
MAYDONOZ DÖNER	0216 848 44 44
MC DONALD'S	0212 336 34 00
MEŞHUR SAFRANBOLU LOKUMCUSU	0216 441 10 82
MR.KUMPIR	0212 347 27 80
NALİA KARADENİZ MUTFAĞI	0212 630 06 90
NESHWAFFLE	0362 233 25 26
OSES ÇİĞKÖFTE	444 5 002
PASAPORT PİZZA	0232 502 31 63
PİDEM	0212 281 99 96
PİZZA HOUSE	0212 275 77 66
PİZZA LAZZA	0216 987 24 00
POPEYES	0212 310 66 00
REALTY PLUS	0216 208 48 84
REALTY WORLD	0212 467 22 77
REMAX	0212 232 48 20
ROYAL EKLER	0532 620 51 90
SALOON BURGER	0216 987 24 00
SBARRO	0212 310 66 00
SMALLUX	0312 440 00 14
SR DÖNER	0850 420 04 20
STARTKEY GAYRİMENKUL	0232 330 53 30
SUBWAY	0212 310 66 00
TATLICI FEHMİ USTA	0224 713 91 90
TATLİSES ÇİĞKÖFTE	0212 444 3 463
TAVADA TAVUK	0531 613 30 30
TAVUK DÜNYASI	0216 399 17 80

TONTON BABA	0212 482 58 58
TREND DÜRÜM	0536 640 63 63
TURPA EMLAK	0232 251 85 85
TURYAP	0212 373 13 00
UÇAN BALON ANAOKULLARI	0212 871 04 49
WAFFLE ART	0224 238 30 60
YESEN BURGER	0212 444 40 70
ZARİF ÇİĞKÖFTE	0850 480 87 97
ZİYAFE KAYSERİ MUTFAĞI	0312 320 58 88

### DESTEKÇİ ÜYELERİ

ADRES PATENT	0212 347 89 89
ALİZE MÜHENDİSLİK	0212 210 71 21
ARKA PLAN DANIŞMANLIK	0850 255 44 33
ARMİYA YAZILIM	0332 247 25 25
CLOUD MEDIA	0212 963 23 76
CYBER İSTANBUL	0507 982 20 23
DESTEK PATENT	0212 329 00 00
ENDEKSA	0850 885 38 85
FRANCHISE & MORE DANIŞMANLIK	0543 580 88 28
FRANCHISING.MARKET	0533 607 41 85
GOLDEN CITY MEDIA	0212 320 00 34
İEF&D	0532 255 56 18
KDM AVM DANIŞMANLIK	0533 284 00 67
KOOPERATİF REKLAM AJANSI	0246 545 00 69
MACELLAN	0554 949 59 62
MARKİZ PATENT	0212 347 62 56
MAXIJETT	0539 933 80 39
MERCAN SİGORTA	0216 318 90 20
OKUR GRUP	0216 316 91 14
OMNI YAZILIM	444 6 664
RASYOTEK	0212 803 18 74
SOYSAL AVUKATLIK BÜROSU	0212 223 43 44
SOYSAL DANIŞMANLIK	0212 212 99 70
STRATEJİK İŞLER	0212 942 87 78
THE FRANCHISE COMPANY TURKEY	0212 801 31 30
VERA YAZILIM	0212 438 30 33



## Alize Mühendislik Tarafından Geliştirilen Hava Arıtım Ürünleri

### AQB Autowash

Kendini Temizleyebilen  
Elektrostatik Filtre



Odunlu ve Kömürlü Pişirmeler İçin  
İdeal Su Sisli Filtre

### Mistio

### Plazma Filtre

Koku Arıtımı İçin Geliştirilmiş,  
120+ Ay Kullanım Ömürlü, Kanal  
Tipi Plazma Filtre



- Tepki Süresi 1 sn'nin Altında
- Kolay Kurulabilen Mekanizma
- Set Edilebilen Sıcaklık Değeri

### Anlık Kapanan Damper

### Plazma Tube

Koku Arıtımı İçin Geliştirilmiş,  
120+ Ay Kullanım Ömürlü,  
Kanala Saplanabilen Filtre



# EFSANE LEZZETLERİN Hızla Büyüyen

## AİLESİNE KATILIN!



28 Yıllık  
Tecrübe



Türkiye Çapında  
1.400'den  
Fazla Restoran



25.000  
Çalışan



Türkiye'de Kurulu  
Eşsiz Ekosistem



# TAB

TM & © 2023 Burger King Corporation. Tüm hakları saklıdır. Burger King Corporation, Burger King markası ve ambleminin tek hak sahibidir. © 2023 Popeyes Louisiana Kitchen, Inc. All rights reserved. Tüm hakları saklıdır. Popeyes Louisiana Kitchen, Inc., Popeyes® markası ve ambleminin tek hak sahibidir. TM & © 2023 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. © 2023 Subway IP LLC. Tüm Hakları Saklıdır. © 2023 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.