

Operasyonel Performans ve Trafik Dinamikleri

Yönetim, perakende sektörünün birinci çeyrekten ikinci çeyreğe geçişte bir miktar daha daraldığını, AVM giriş sayıları artarken metrekare verimliliğinin gerilediğini ve bunun ziyaretçilerin alışverişe dönüşmeden AVM'lerden ayrıldığına işaret ettiğini aktardı. Şirket, yeme-içme tarafında rakiplerine kıyasla daha olumlu bir tabloya sahip olduğunu ancak trafikte kayıp yaşadığını belirtti. Grup ilk altı ayda 5,9 milyon misafir ağırladı ve 4,9 milyon adet tabak üretti.

Fiş sayısı ilk yarıda yıllık %8,0 azalışla 2,69 milyon adede geriledi. Şirket kaybın ağırlıklı olarak ara saatlerden geldiğini, kahvaltı, öğle ve akşam servislerinde doluluk sorunu yaşanmadığını, kahve zincirlerinin hızlı yaygınlaşmasının ara saatlerdeki çay-kahve trafiğini olumsuz etkilediğini aktardı. Ziyaretçi sayısı yıllık %11,4 azalışla 5,87 milyona indi. LFL mağazalarda fiş sayısındaki gerileme %11,8 olurken bu oran şirketin kendi işlettiği şubelerde %9,3, franchise noktalarında %13,8 olarak gerçekleşti. Buna karşılık hasılat, fiş kaybına rağmen 2,62 milyar TL ile geçen yılın aynı dönemine paralel yatay seyretti.

Fiş başı tutar Big Chefs'te %45 artışla 1.770 TL'ye, Buselik'te %21,9 artışla 6.259 TL'ye, NumNum'da %15 artışla 1.252 TL'ye yükseldi. Yönetim, bu artışın enflasyon üzeri menü zammından kaynaklanmadığını, menü fiyat artışlarının enflasyonun altında kaldığını, düşük tutarlı ara saat fişlerinin azalmasıyla sepet kompozisyonunun değişmesinin ortalama fişi yukarı taşıdığını vurguladı. Kriz dönemlerinde Türkiye'de talebin hızlı servis restoranlarına kaydığı, bu segmentin maliyetlerini görece iyi yönetebildiği, şirketin ise fiyatlama tarafında bir sıkıntı görmediği ifade edildi. Mevsimsellik tarafında birinci çeyreğin yılın en zayıf, ikinci yarının ise en güçlü dönemi olduğu hatırlatıldı. Şirket, üçüncü ve dördüncü çeyreğe kârlılık açısından olumlu bir zeminle girdiğini belirtti.

Bilanço ve Yatırımlar

Toplam finansal borç 2025 sonundaki 627,6 milyon TL'den ilk yarı sonunda 435,6 milyon TL'ye geriledi ve dönemde 192 milyon TL borç kapatıldı. Nakit ve benzerleri 330,1 milyon TL'den 88,2 milyon TL'ye inerken net borç 347,4 milyon TL oldu. 254,3 milyon TL'lik geri alınmış paylar dahil edildiğinde net borç 93,1 milyon TL düzeyinde bulunuyor. İlk yarıda 539 milyon TL operasyonel nakit üretilirken 352 milyon TL yatırım harcaması ve 369 milyon TL finansman gideri (faiz ve kredi kartı POS komisyonları) nakit çıkışı yarattı. Şube yatırımları için altı aylık kümülatif 357,7 milyon TL

Şirket Bilgileri

Hisse Kodu	BIGCH
Hisse Fiyatı	6,84
Fiili Dolaşım Oranı	53,37
Hisse Başına Kar	0,04
Ödenmiş Sermaye	535.000.000
Piyasa Değeri	3.659.400.000



1H	1A	3A	6A	YTD	1Y
%-0.6	%-1.6	%-9.0	%-36.4	%-32.4	%-21.7

Piyasa Çarpanları

F/K	154,82
FD/FAVÖK	3,34
PD/DD	2,61
PEG	-2,08
Net Borç/FAVÖK	0,55

Oranlar	2026/6	2025/6
Cari Oran	0,61	0,73
Kaldıraç Oranı	59,77	57,82
Özkaynak Karlılığı	1,52	5,22
Brüt Kar Marjı (Çeyreklik)	23,78	22,31
FAVÖK Marjı (Çeyreklik)	26,97	22,72
Net Kar Marjı (Çeyreklik)	3,60	2,84

kaynak ayrıldı. Yönetim, 2024-25 yatırım döneminde yüksek faizli dış kaynak kullanıldığını, borç kapatmanın finansman giderlerinin azaltılması için öncelik olduğunu ve yatırımların gelir artışı ile maliyet tasarrufu olarak geri dönmeye başladığını belirtti. 2026 yatırım harcamalarının hasılatın %8-8,5'i bandında planlandığı paylaşıldı. Şubelerin 5-7 yaş aralığında renovasyona alındığı, Vadi İstanbul ve Göktürk NumNum renovasyonlarının tamamlandığı, Moda şubesinin birkaç gün içinde açılacağı aktarıldı. Büyük renovasyon döngüsünün tamamlanmasıyla 2027'den itibaren yatırım harcamalarının hasılatı oranının %6-6,5 bandına gerilemesi ve bütçenin ağırlıklı olarak yeni açılışlar ile NumNum ve kahve tarafındaki büyümeye ayrılması öngörülmüyor.

Marjlar ve Maliyet Yapısı

FAVÖK ilk yarıda yıllık %13,7 artışla 590 milyon TL'ye yükseldi. FAVÖK marjı geçen yılın aynı dönemindeki %19,8'den %22,6'ya çıkarken ikinci çeyrek özelinde marj %27,0 ile 2Ç25'teki %22,7'nin üzerinde gerçekleşti. Brüt kâr %7,1 artışla 515 milyon TL'ye ulaştı ve brüt marj %18,4'ten %19,7'ye yükseldi. Net kâr 3,5 milyon TL'den 14,5 milyon TL'ye çıktı. Maliyet kalemlerinde en belirgin iyileşme %26,6'dan %22,3'e gerileyen gıda giderlerinin payında gerçekleşti. Enerji giderlerinin payı %1,6'ya inerken personel giderlerinin hasılatındaki payı %29,3'e, amortismanın payı %14,8'e yükseldi. 2024-2025 döneminde yapılan yaklaşık 1,3 milyar TL'lik yatırım programının (şube yenilemeleri, merkez mutfak, akademi, güneş enerjisi santrali) amortisman giderlerini yıllık %12,3 artırarak marjları baskıladığı belirtildi. Yönetim marj iyileşmesini merkezi tedarik operasyonu, merkez mutfak yatırımı ve güneş enerjisi santralinin devreye girmesine bağladı. Halka arz döneminde %34-35 seviyesindeki gıda maliyeti payının bugünkü seviyeye kaliteden ödün verilmeden indirildiği, şirketin iç enflasyonunun mayıs sonu itibarıyla açıklanan enflasyonun yaklaşık 4,5-5 puan altında seyrettiği aktarıldı. Marj genişlemesinin sürdürülebilirliğine ilişkin olarak ise yönetim, iyileşmenin şube kapanışlarından kaynaklanan tek seferlik bir baz etkisi olmadığını, merkezi tedarik, merkez mutfak ve enerji yatırımlarının kalıcı yapısal tasarruf sağladığını belirtti. Maliyet optimizasyonundan elde edilen kazanımın fiyat tarafında geri verilmesinin planlanmadığı ve zam politikasının enflasyona paralel sürdürüleceği ifade edildi.

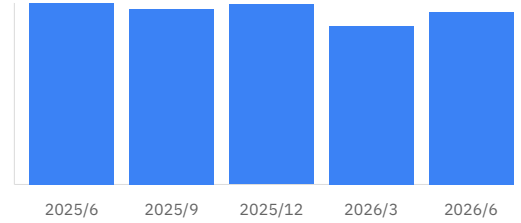
Verimlilik Programı ve Şube Ağı

Grup, Türkiye dışında dört ülkede ve Türkiye gayrisafi yurt içi hasılasının yaklaşık %85'ini temsil ettiği belirtilen 29 şehirde, franchise dahil toplam 128 şubeyle faaliyet gösteriyor. Marka portföyü 108 BigChefs, 9 NumNum, 8 Buselik ve 3 Kont

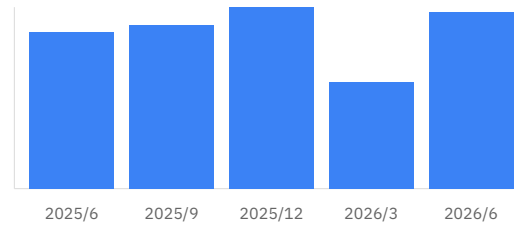
Özet Gelir Tablosu	2026/6	2025/6	%
Satışlar	2.6 mr	2.6 mr	%-0
Brüt Kar	514.8 mn	480.6 mn	%7
Faal. Karı	90.9 mn	46.2 mn	%97
FAVÖK	590.3 mn	519.0 mn	%14
Net Kar	14.5 mn	3.5 mn	%320

Özet Bilanço	2026/6	2026/3	%
Dönen Var.	916.2 mn	1.0 mr	%-11
Duran Var.	2.6 mr	2.6 mr	%-2
Fin. Borçlar	811.5 mn	951.4 mn	%-15
Net Borç	723.3 mn	818.9 mn	%-12
Özkaynaklar	1.4 mr	1.5 mr	%-3

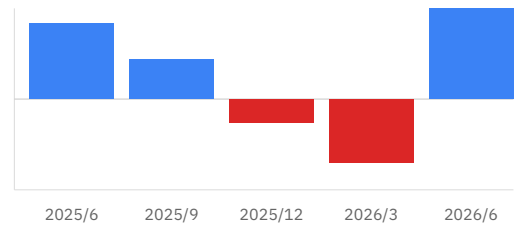
Çeyreklik Satışlar



Çeyreklik FAVÖK



Çeyreklik Net Kâr



şubelerinden oluşuyor. Kendi şubeleri ve merkez ofiste 1.501, franchise'lar dahil yaklaşık 4.000 kişilik istihdama ulaşıldı. Verimlilik programı kapsamında dönemde ağırlıklı olarak düşük verimli franchise noktaları kapatıldı. Yıllık bazda BigChefs franchise şubeleri 83'ten 77'ye, kendi işletilen şubeler 33'ten 31'e geriledi. NumNum'da toplam şube sayısı 13'ten 9'a, Buselik'te 11'den 8'e inerken kahve konsepti Kont 1'den 3'e çıktı. Bu kapsamda yurt dışında da verimsiz görülen şubelerden çıkıldı. Yönetim, kapatılan şubelerin zarar etmediğini ancak %5-7 bandında FAVÖK marjıyla çalıştığını, programın büyük ölçüde tamamlandığını ve en geç üçüncü çeyrekte sonra verimlilik kaynaklı kapanış gündeminin kalmayacağını ifade etti.

Hasılat kanallarında şirket restoranları %82,2 pay aldı ve restoran gelirleri yıllık %1,2 artışla 2,15 milyar TL'ye ulaştı. Franchise'lara ürün satışı, kapanan şubelerin etkisiyle yıllık %14,7 azalarak 240,6 milyon TL'ye geriledi ve hasılatın %9,2'sini oluşturdu. Şirket bu payın yeni franchise açılışları ve güçlü ikinci yarıyla yıl sonunda %11 seviyesine ulaşmasını öngörüyor. Royalty gelirleri kapanışlara rağmen %1,7'lik sınırlı düşüşle 192 milyon TL'de büyük ölçüde korundu. Bir süredir seçici davranılan franchise verme sürecinin yeniden başlatılmasıyla sisteme giriş gelirleri %113,5 artışla 31,4 milyon TL'ye yükseldi. Marka bazında gelirin %92'si BigChefs, %6'sı NumNum, %2'si Buselik'ten geliyor. Coğrafi dağılımda İstanbul %72, İzmir %12, Ankara %10 ve diğer şehirler %6 pay alırken lokasyon bazında %84 AVM, %16 cadde ağırlığı bulunuyor. Yönetim, cadde tarafını özellikle NumNum ve kahve konsepti için önemli bir büyüme alanı olarak değerlendirdiğini aktardı.

Büyüme Stratejisi ve Yeni Konseptler

Yönetim, büyüme planlarına ilişkin olarak inşai süreçler ve ekip kapasitesi nedeniyle yıllık şube açılışının 15-25 adetle sınırlı olduğunu belirtti. NumNum Streetfood formatından beklenen verim alınamadığı için çıkıldığı, bunun yerine 80-100 metrekarelik formata küçültülmüş NumNum ile büyümenin planlandığı aktarıldı. Yeni konseptin ilk uygulaması Göktürk şubesinde renovasyonla devreye alınıyor. Kahve tarafında Kont'un premium konumlanan bir konsept olduğu ve Türkiye'de 20-25 şubelik bir potansiyel taşıdığı, daha geniş ölçek için kahve zincirleriyle ortaklık veya satın alma görüşmelerinin sürdüğü ancak masada somutlaşmış bir hedef bulunmadığı ifade edildi. Şirket ayrıca Tarabya'da kebab ve Moda'da uzak doğu mutfağı konseptlerini test ettiğini, FAVÖK'ün yaklaşık yarısını net kâra çevirebilen yapısıyla büyüme iştahının sürdüğünü vurguladı. Avolta Group ile iş birliği kapsamında Sabiha Gökçen Havalimanı'nda 2025'te açılan bir BigChefs ve bir NumNum Streetfood şubesinin ardından 2026'da bir BigChefs ve bir Kont şubesi devreye alındı. Yönetim, Avolta'nın küresel havalimanı operasyon ağının ileri dönemlerde yurt dışı havalimanlarında birlikte büyüme ve yeni şube fırsatları sunarak uluslararası gelir çeşitliliğine katkı sağlamasını beklediğini belirtti. Dijitalleşme tarafında BigChefs App ilk yarı sonunda 230 bin indirmeye ulaştı. Şirket yıl sonu için 350 binin üzerinde indirme hedefliyor. Uygulama promosyonlarının pazarlama bütçesinden ve banka/kart ortaklıkları üzerinden yürütüldüğü, marjlar üzerinde etki beklenmediği aktarıldı. ETÜDER iş birliğiyle güvenli gıda sertifikalı tedarikçilerden alım oranı %92'ye ulaştı. Şirketin hedefi bu oranı %95'in üzerine taşımak.

2026 Beklentileri

Yönetim, finansman ve artan amortisman giderlerinin baskısını dikkate alarak net kâr hedefini muhafazakâr bir yaklaşımla aşağı yönlü revize etti. Hasılat büyümesi, franchise ürün satışı payı ve FAVÖK marjı hedefleri korundu.

	İlk Beklenti	Güncel Beklenti
Hasılat Büyümesi	%40	%40
Bayi Mal Satışı	%11-13	%11-13
FAVÖK marjı	%23,5	%23,5
Net Kar	300 milyon TL	175-200 milyon TL

Şirket, ilk yarıda %22,6'ya ulaşan FAVÖK marjıyla yıl sonu hedefine, Türkiye genelinde büyük bir olumsuzluk yaşanmaması halinde rahatlıkla ulaşılabileceğini, franchise ürün satışı payının ise yeni franchise açılışları ve ikinci yarıdaki güçlü sezonun katkısıyla hedef banda yükselmesini beklediğini ifade etti.