



T.B.M.M.

CUMHURİYET HALK PARTİSİ

Grup Başkanlığı

Tarih: **19 Kasım 2025**

Sayı: **15136**

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞINA

36810

Aşağıdaki sorularımın Tarım ve Orman Bakanı Sayın İbrahim Yumaklı tarafından Anayasa'nın 98'inci, TBMM İçtüzüğü'nün 96'ncı ve 99'uncu maddeleri gereğince yazılı olarak yanıtlanması için gereğini saygılarımla arz ederim.

Ahmet Vehbi BAKIRLIOĞLU

Manisa Milletvekili

Türkiye Tarım Kredi Kooperatifleri çatısı altında faaliyet gösteren Tarım Kredi Kooperatif Marketleri'nin adının "KOOP Market" olarak değiştirilmesi, kamuoyunda hem maliyet hem de kamu kaynaklarının kullanımına ilişkin ciddi soru işaretleri yaratmıştır.

Yapılan açıklamada, marka yenileme sürecinin yaklaşık altı ay önce başlatıldığı, yeni mağazalarda ve yenilenen mağazalarda eski tabelaların peyderpey değiştirileceği, ancak mevcut mağazaların tabelalarının değiştirilmesinin planlanmadığı belirtilmiştir. Buna rağmen, özellikle büyükşehirlerde birçok eski mağazanın da tabelalarının değiştiği görülmüştür. Marka değişikliği ile birlikte yeni logo, yeni tabela, yeni kurumsal kimlik çalışmaları, mağaza içi uygulamalar, dijital dönüşüm ve reklam kampanyalarının önemli bir maliyet yaratacağı açıktır.

Bu süreçte ortaya çıkan maliyetlerin kimin tarafından karşılandığı, bu kararın hangi analizler sonucunda alındığı ve çiftçinin üretim maliyetlerinin arttığı, desteklerin düştüğü bir dönemde Tarım Kredi bünyesinin böyle bir harcamaya neden ihtiyaç duyduğu kamuoyunun bilgilendirilmesini gerekli kılmaktadır.

Buna göre;

1. KOOP Market isim ve marka değişikliği ile ilgili toplam bütçe ne kadardır? Bu değişim sürecinin Tarım Kredi'ye toplam maliyeti nedir?
2. Tarım Kredi'nin Türkiye genelinde kaç tane marketi vardır ve şimdiye kadar kaç tane marketin ismi değişmiştir?
3. Söz konusu marka değişikliği kararı için danışmanlık şirketi veya reklam ajansı ile çalışılmış mıdır? Çalışıldıysa bu firmalara ne kadar ödeme yapılmıştır?
4. Yeni tabelalar, mağaza içi görseller, reklam kampanyaları, dijital sistem değişiklikleri ve kurumsal kimlik yenileme çalışmaları için ayrı ayrı ne kadar harcama yapılmıştır?
5. Marka değişikliğinin Tarım Kredi Kooperatifleri bütçesine etkisi nasıl hesaplanmıştır? Bu süreç için çiftçinin ödediği üretim paylarından, kooperatif bütçesinden veya iştirak gelirlerinden bir kesinti yapılmakta mıdır?

6. Tarım Kredi Marketlerinin “biz market değiliz, ekosistemin son halkasıyız” açıklaması dikkate alındığında, isim değışikliğinin operasyonel işleyişe etkisi nedir? Bu kararın yapılabilirlik analizleri ve fizibilite raporları kamuoyuyla paylaşılacak mıdır?
7. 2026 yılına kadar 150 yeni mağaza açılması hedeflenirken, marka değışikliğinin bu genişleme maliyetine etkisi nedir?
8. Tarım Kredi Marketlerinin isim değışikliğinin gerekçesi nedir? Mevcut marka neden yeterli görülmemiştir?