

BASIN BÜLTENİ

12 Mayıs 2011

Bankalararası Kart Merkezi,
18 Mart-26 Nisan 2011 tarihleri arasında, 40 gün 40 gece süren
İstanbul Shopping Fest kredi ve banka kartı kullanım verilerini açıkladı:

İSTANBUL SHOPPING FEST HARCAMALARIN %26 ORANINDA ARTIŞI İLE SONA ERDİ.

**FESTİVAL SADECE PERAKENDECİLERİN DEĞİL,
AVANTAJLI ALIŞVERİŞ YAPMAK İSTEYEN
YERLİ VE YABANCI HERKESİN YÜZÜNÜ GÜLDÜRDÜ.**

İSTANBUL SHOPPING FEST TURİZMİ DE CANLANDIRDI.

BKM Genel Müdürü Sertaç Özinal:

Bankalararası Kart Merkezi olarak destekçisi olduğumuz,
İstanbul Shopping Fest'de 18 Mart-26 Nisan 2011 tarihleri arasında, kredi kartları ile
yapılan alışverişlerin cirosu, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 26'lık gibi çok
büyük bir artışla, 8 milyar 153 milyon 77 bin TL olarak gerçekleşti.

Gerçekleşen ciro ve bir önceki yıla oranla elde edilen yüzde 26'lık artış, henüz ilk yılını
arkada bırakan festivalin geleceği için, büyük umutlar getirdi. Festivalin indirim ve
fırsatları sadece İstanbullulara değil, çevre illere ve e-ticaret ile tüm Türkiye'ye yayıldı.

Aynı dönemde İstanbul'da yabancı kartlarla yapılan alışveriş tutarlarına bakıldığında,
festivale sadece Türkiye'den değil, yurtdışından da ciddi bir katılım olduğu gözlemlendi.
Binlerce turist alışveriş için İstanbul'a geldi. Festivalin yurtdışından gördüğü ilginin
önümüzdeki yıllarda katlanarak daha da artmasını bekliyoruz.

18 Mart-26 Nisan 2011 tarihleri arasında, 40 gün 40 gece boyunca milyonlarca kişiyi ağırlayan
İstanbul Shopping Fest, Bankalararası Kart Merkezi verileri ile İstanbul'un alışverişin başkenti
olduğunu gösterdi.

BKM'nin festival boyunca İstanbul'daki kredi ve banka kartı kullanım verilerine bakıldığında, harcamaların, 2010 yılının aynı dönemine oranla yüzde 26 oranında artarak 8 milyar 153 milyon 77 bin TL'ye ulaştığı tespit edildi.

Konuyla ilgili değerlendirmede bulunan BKM Genel Müdürü Sertaç Özinal, "Destekleyicileri arasında bulunduğumuz İstanbul Shopping Fest'in, sadece perakende sektörüne değil, ulaşımdan konaklamaya kadar birçok sektöre canlılık getirdiğine inanıyoruz" dedi.

İstanbul Shopping Fest en çok alışveriş merkezlerini sevindirdi. AVM'lerde artış yüzde 20'yi geçti.

İstanbul Shopping Fest döneminde bir türlü yüzünü göstermeyen güneşli hava nedeniyle alışveriş severler, Shopping Fest'in indirim ve kampanyalarından en çok AVM'lerde yararlandı. BKM verilerine göre 18 Mart-26 Nisan 2011 tarihleri arasında kredi ve banka kartı ile en çok harcama yapılan yerler 1 milyar 189 milyon 902 bin TL ciro ile AVM'ler oldu. Bir önceki yılın aynı dönemi ile karşılaştırıldığında İstanbul'daki AVM'lerin cirosunun yüzde 21 oranında arttığı gözlemlendi.

Birçok indirim fırsatı sunan İstanbul Shopping Fest'ten yararlanmak ve harcamalarını kartları ile yaparak puan toplamak isteyenler yeni sezon fırsatlarından yararlanarak giyim ihtiyaçlarını gidermeyi tercih etti. BKM verilerine göre, 18 Mart-26 Nisan tarihlerinde İstanbul'da kredi ve banka kartları ile toplam 672 milyon 93 bin TL tutarında giyim harcaması yapıldı. Geçtiğimiz yılın aynı dönemi ile karşılaştırıldığında, harcamalarda yüzde 27 oranında artış gözlemlendi.

İstanbul Shopping Fest'in sonunda kredi ve banka kartı harcamalarında başı çeken sektörlerden bir diğeri ise kuyumculuk sektörü oldu. BKM verilerine göre kuyumcuların 18 Mart-26 Nisan tarihlerindeki cirosu geçtiğimiz yılın aynı dönemine oranla yüzde 32 artış göstererek 119 milyon TL'ye ulaştı.

İstanbul Shopping Fest'in Birincisi Beşiktaş İlçesi Olurken, En Çok Ciro Artışı Yüzde 58 ile Bakırköy'de Gerçekleşti

BKM verilerine göre, İstanbul Shopping Fest'in şampiyonu İstanbul'un Beşiktaş ilçesi oldu. Kanyon, Metro City ve yeni açılan Sapphire gibi birçok alışveriş merkezinin bulunduğu Beşiktaş'ta, kredi ve banka kartları ile toplam 633 milyon 964 bin 510 TL tutarında harcama yapıldı. BKM verilerine göre, Beşiktaş'ı kredi ve banka kartları ile toplam 607 milyon 625 bin TL harcama yapılan Bağdat Caddesi'nin de bulunduğu Kadıköy takip ederken, Ümraniye ilçesi ise, yeni açılan AVM'leriyle 521 milyon 249 bin TL ile üçüncü sırada yer aldı.

İstanbul Shopping Fest süresince yapılan harcamaların sonucunda ise en çok ciro artışı yüzde 58 ile İstanbul'un Bakırköy ilçesinde gerçekleşti. Ümraniye ilçesinde gerçekleşen ciro artışı ise yüzde 34 olurken, Beşiktaş'ta artan ciro yüzde 23 oldu.

İstanbul Shopping Fest Turizmi de Canlandırdı...

İstanbul'da turistlerin kredi ve banka kartı ile yaptığı harcamalar, İstanbul Shopping Fest'e yurt dışından da ilgi ve katılım olduğunu gösterdi. 18 Mart-26 Nisan tarihleri arasında İstanbul Shopping Fest kapsamında düzenlenen kampanyalardan ve yeni sezon indirimlerinden faydalanmak isteyen yabancı turistler, hem İstanbul'un tarihi ve doğal güzelliklerini gezdi, hem de bol bol alışveriş yapma imkanı buldu. BKM verilerine göre 18 Mart-26 Nisan tarihleri arasında

yabancı kredi ve banka kartları ile yapılan harcama, geçtiğimiz yıla oranla yüzde 66 artışla 252 milyon TL'ye ulaştı. İstanbul Shopping Fest'in sonunda kredi ve banka kartı harcamalarında en çok artışın yaşandığı sektör konaklama oldu. BKM verilerine göre konaklama sektörünün cirosu geçtiğimiz yılın aynı dönemine oranla yüzde 56 artış göstererek 106 milyon TL'ye ulaştı.

İstanbul Shopping Fest'i En Çok Ankaralılar Sevdi...

BKM verilerine göre, 18 Mart-26 Nisan 2011 tarihleri arasında İstanbul'da yerli turist sayısında da artış meydana geldi. Shopping Fest etkinliklerine katılmak için İstanbul'a gelen yerli turistler indirimli alışveriş yapmanın tadını çıkardı. Festival tarihlerinde İstanbul'dan alışveriş yapmayı tercih eden şehir Ankara oldu. Ankara'yı İzmir, Bursa ve Antalya takip etti.

Festival sadece caddelerde ve AVM'lerde değil, Sanal ortamda da alışverişi uçurdu.

İstanbul Shopping Fest'e Türkiye'nin farklı illerinde yaşayanlar da e-ticaret imkanından yararlanarak katıldı. E-ticaret'te farklı indirim imkanlarını yakalayanlar 18 Mart-26 Nisan tarihleri arasında kredi ve banka kartları ile toplam 1 milyar 768 milyon 190 bin TL'lik harcama yaptı. Geçtiğimiz yılın aynı dönemine oranla ciroda yaşanan yüzde 41 artış, İstanbul'un yanı sıra tüm Türkiye'nin festivalden faydalanmak istediğini gösterdi.

BKM Genel Müdürü Sertaç Özinal, İstanbul Shopping Fest'in çok kapsamlı bir proje olduğunu belirtti. Sertaç Özinal, "Destek veren her kurum ve birey bu proje için çok emek verdi ve tüm imkanlarını seferber etti. BKM olarak biz de bu projeyi destekleyenler arasında yer almaktan büyük mutluluk duyduk. İstanbul Shopping Fest'in geleneksel bir hale gelmesini ve İstanbul'u dünya alışverişinin merkezi haline getirmesini diliyoruz" dedi.

BKM: 1990 yılında 13 kamu ve özel Türk bankasının ortaklığı ile kurulan Bankalararası Kart Merkezi (BKM), kartlı ödeme sistemi içerisinde bankalararası otorizasyon ve takası gerçekleştirmek, ortak sorunlara çözüm bulmak, kartlı ödeme sistemleri konusunda ülke çapında stratejik çalışmalar yapmak, yurtiçi kredi kartları kural ve standartlarını geliştirmek amacını taşıyor. Türkiye'de alanında hizmet veren tek kuruluş olan BKM, güçlü teknik donanım ve altyapısı, insan kaynaklarıyla, üyelerine kartlı ödeme sistemleri konusunda en iyi hizmeti sunmaya çalışıyor.