



## **Sevgililer Günü haftasında kartlı ödemelerde en fazla artış kuyumculuk sektöründe gerçekleşti**

**Bankalararası Kart Merkezi'nin açıkladığı verilere göre Sevgililer Günü'nde 2,5 milyar TL kartlı ödeme gerçekleşirken, Sevgililer Günü haftasında ise kartlı ödemelerde en fazla artışın kuyumculuk sektöründe yaşandığı görüldü.**

### **Sevgililer Günü'nde 2,5 milyar TL kartlı ödeme yapıldı**

BKM'nin son 5 yıllık verilerine bakıldığında 14 Şubat Sevgililer Günü'nde yapılan kartlı ödemelerde toplam kartlı ödemeler büyümesine paralel büyüme gerçekleşti. Bu yıl yine kartlı ödemelere paralel büyüme yaşandığı ve 14 Şubat günü yaklaşık 2,5 milyar TL kartlı ödeme yapıldığı görülüyor.

**Tablo 1:** "14 Şubat Sevgililer Günü" Kartlı Ödeme Tutarı Gelişimi

<b>Kartlı Ödeme Tutarı (Milyar TL)</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
14 Şubat Sevgililer Günü	1,3	1,0	1,9	2,2	2,5

*\*\*\*Not: 2016 yılında 14 Şubat Sevgililer Günü, pazar gününe denk geldiği için daha az kartlı ödeme gerçekleşti.*

2019 yılı Sevgililer Günü'nü kapsayan 8-14 Şubat haftasında kartlarla yapılan ödemelerde, ayın bir önceki haftasına göre yüzde 57 artışla kuyumculuk en fazla artış gösteren sektör oldu. Yüzde 13 artışla elektronik eşya ve yüzde 6 artışla sağlık ürünleri/kozmetik sektörü, kuyumculuk sektörünün ardından en fazla artış gösteren diğer sektörler arasında yer aldı.

**Tablo 2:** Sevgililer Günü haftasında En Fazla Artış Görülen Sektörlerde Kartlı Ödeme Tutarı (Milyon TL)

2019 Yılı Sektörel Kartlı Ödeme Tutarı (Milyon TL)	1-7 Şubat Arası	Sevgililer Günü Haftası (8-14 Şubat)	Değişim
Kuyumculuk	219	344	%57
Elektronik Eşya	805	913	%13
Sağlık Ürünleri/Kozmetik	666	707	%6

Bu üç sektörde yapılan ortalama kartlı ödeme tutarı ise kuyumculuk sektöründe 798 TL, elektronik eşya sektöründe 377 TL ve sağlık ürünleri/kozmetik sektöründe 132 TL oldu. 14 Şubat özelinde ise en fazla kartlı ödemenin saat 18.00-19.00 arasında gerçekleştiği görüldü.

**Tablo 3:** Sevgililer Günü haftasında En Fazla Artış Görülen Sektörlerde Ortalama Kartlı Ödeme Tutarı (TL)

Sevgililer Günü Haftası (8-14 Şubat)	Ortalama Kartlı Ödeme Tutarı (TL)
Kuyumculuk	798
Elektronik Eşya	377
Sağlık Ürünleri/Kozmetik	132

#### **Her 4 TL kartlı ödemenin 1 TL'si internetten gerçekleşti**

8-14 Şubat haftasında en fazla artış görülen kuyumculuk, elektronik eşya ve sağlık ürünleri/kozmetik sektörlerinde yapılan kartlı ödeme tutarının yüzde 24'ünün internetten yapıldığı görülüyor. Geçen yılın aynı döneminde yüzde 19 olan bu oran dikkate alındığında, bu yıl hediye alımlarında internetten ödemelerin daha çok tercih edildiği görülüyor.



**Tablo 4:** En Fazla Kartlı Ödeme Artışı Görülen Sektörlerde (kuyumculuk, elektronik eşya, sağlık ürünleri/kozmetik) İnternette Kartlı Ödeme Tutarı (Milyon TL) Gelişimi

<b>En Fazla Artış Görülen Sektörlerde İnternette Kartlı Ödeme Tutarı</b>	<b>2018 Sevgililer Günü Haftası (8-14 Şubat)</b>	<b>2019 Sevgililer Günü Haftası (8-14 Şubat)</b>
İnternette Kartlı Ödeme Tutarı (Milyon TL)	339	463
Toplam İçindeki Pay	%19	%24

#### **İlgili Kişi**

Ayşe Ekin Gündüz  
Marjinal Porter Novelli  
0212 219 29 71- 0533 921 43 53  
[ayseq@marjinal.com.tr](mailto:ayseq@marjinal.com.tr)

#### **BKM hakkında**

1990 yılında kurulan Bankalararası Kart Merkezi (BKM), hâlihazırda 28 banka ve 5 banka dışı üyeye sahiptir. Bankaların operasyonlarını kolaylaştırma ve operasyonel süreçlerde verimliliği artırma odaklı faaliyetler yürüten BKM, ödeme sistemleri ekosistemine güvenli ve hızlı çözümler üreten teknoloji odaklı bir kurumdur. "Nakitsiz ödemeler toplumu" hedefini sahiplenen bir kurum olarak 2012 yılında Türkiye'nin ilk dijital cüzdanı BKM Express'i hizmete sunmuştur. Türkiye'de nakitsiz ödemeler toplumu hedefi bilincinin artmasına yönelik birçok tanıtım projesine ve iletişim kampanyasına imza atan BKM, sunduğu yenilikçi ödeme teknolojileri ve platformlarıyla da bu hedefe katkı sağlamaktadır. BKM, 2016 yılında Türkiye'nin ilk yerli kartlı ödeme şeması ve markası TROY'u da sektörün hizmetine sunmuştur. Bilgi için: [www.bkm.com.tr](http://www.bkm.com.tr)