

Cheltuielile facute de consumatori cu cardul pentru bunuri, servicii si experiente sportive au crescut cu 37% în 2022 (analiza)

Cheltuielile facute de consumatori cu cardul pentru bunuri, servicii si experiente sportive au crescut cu 37% în 2022, comparativ cu anul anterior, sportul rămânând în centrul societatii din întreaga regiune, potrivit analizei Mastercard Economics Institute.

Sondajul, realizat în rândul a peste 11.000 de europeni si publicat pentru al doilea an consecutiv, arata ca, în 2022, mai multe persoane au participat la evenimente sportive live, în crestere cu 12%, si au facut exercitii fizice în mod regulat, cu 10% mai mult fata de 2021.

Totodata, entuziasmul pentru sport s-a tradus printr-o crestere semnificativa a cheltuielilor de consum în acest sector.

Raportul Mastercard Sport Economy Index 2023 este publicat la începutul unui an extraordinar la nivelul sportului european, care include competitii UEFA Champions League, Cupa Mondiala de Rugby 2023, The Open, Roland Garros si Campionatul European League of Legends - toate sponsorizate de Mastercard.

"În ultimele 12 luni, amprenta digitala a sportului a continuat sa creasca, peste sase din zece europeni (61%) declarând ca tehnologia a fost un factor important în modul în care s-au bucurat de evenimentele, echipele si concurentii lor favoriti", sustin autorii analizei.

Primele cinci moduri în care europenii au folosit tehnologia pentru a se bucura de sport în 2022 au fost: pentru a urmări evenimentele de la distanta pe retelele sociale, pentru a urmări mai multe meciuri în acelasi timp, pentru a trai un eveniment sportiv prin intermediul VR, pentru a urmări competitii de eSports prin intermediul platformelor de streaming si pentru a asculta podcasturi sportive.

Importanta tehnologiei în sport pare sa creasca si mai mult în 2023. Mai mult de jumatate (56%) dintre fani considera ca tehnologia detine cheia unui viitor mai incluziv si mai profitabil pentru sport - cu VR-ul gata sa joace un rol cheie în acest pas urmator.

Peste un sfert dintre fanii europeni ai sportului au experimentat deja sportul prin intermediul VR, iar jumatate dintre respondenti spera sa faca acest lucru în anul urmator. VR-ul pare, de asemenea, ca va constitui o parte esentiala din stadionul viitorului, 21% dintre fani sperând sa experimenteze o tehnologie imersiva care sa redea ce simte un sportiv în ziua meciului.

În timp ce tehnologia ofera divertisment la domiciliu si în miscare, magia sportului live continua sa atraga fanii înapoi pe stadioanele de pe întregul continent.

Peste jumatate (54%) dintre europeni au participat la evenimente live în 2022 - o crestere de 12% fata de 2021 - fotbalul, baschetul, tenisul, voleiul si ciclismul fiind cele mai populare atractii sportive.

Revenirea pe stadioane si în locatii a avut un impact pozitiv semnificativ asupra satisfactiei fanilor, sase din zece spunând ca experienta lor de a participa la evenimente în 2022 a fost mai buna decât în 2021.

Pe lângă divertismentul sportiv, pasiunea europenilor pentru exercitii fizice si jocuri continua sa fie din ce în ce mai puternica.

Peste jumătate (54%) dintre europeni au făcut mai multe exerciții fizice în 2022 decât în 2021 - o creștere de 10% față de aceeași măsurătoare de anul trecut - drumețiile, înotul, alergarea, fotbalul și ridicarea greutăților fiind cele mai populare activități fizice. Jocurile video au prosperat și anul trecut, 52% dintre europeni utilizând un controler în ultimele 12 luni.

Anul 2022 a marcat, de asemenea, o revenire în masă în salile de sport și în centrele de agrement. Peste patru din zece persoane (43%) au fost mai dispuse să plătească un abonament pentru a face exerciții fizice, în detrimentul antrenamentelor de acasă sau al alergărilor din parc. Acest lucru înseamnă că numărul persoanelor care preferă să se antreneze în medii cu acces liber a scăzut cu 21% față de datele din 2021.

Europenii au continuat să investească în condiția lor fizică, vânzările de articole sportive, precum croșele de golf, mingile de tenis și bicicletele, crescând cu 15% în 2022 față de 2021, potrivit Mastercard Economics Institute.

"În ultimele 12 luni, pasiunea europenilor pentru sport a luat amploare, iar fanii s-au întors pe stadioane și în salile de sport pentru a se bucura de hobby-ul lor preferat în termenii lor. În egala măsură, influența tehnologiei în divertismentul sportiv continuă să crească, iar potențialul captivant al tehnologiilor emergente, precum VR, este acum susținut de entuziasmul puternic al consumatorilor de a le încerca", a declarat Jeannette Liendo, senior vice president Marketing and Communications, Mastercard Europe.

În cele din urmă, pasiunea europenilor pentru sport pare să încurajeze mai mult călătoriile în 2023. O treime dintre oameni intenționează să călătorească în străinătate pentru a urmări un eveniment sportiv live în acest an.

Calendarul sportiv live european a debutat luna aceasta cu cea de-a 83-a ediție a Cupei Mondiale de schi alpin Hahnenkamm din Kitzbuhel, Austria. Acest lucru pare să inspire 3 din 10 europeni să ajungă pe pârtii pentru a schia sau a face snowboarding în 2023.

Mastercard este o companie de tehnologie în industria globală de plăți. Cercetarea Mastercard Sport Economy Index 2023 a fost realizată de Ketchum Research & Analytics pentru Mastercard. Un total de 11.081 de persoane, cu vârsta de peste 18 ani, au fost chestionate în Austria, Bulgaria, Franța, Germania, Italia, Polonia, Slovenia, Spania, Suedia, Elveția și Marea Britanie în noiembrie 2022.