Deloitte Polska  
Al. Jana Pawła II 22  
00-133 Warszawa  
Polska

Tel.: +48 22 511 08 11/12  
Fax: +48 22 511 08 13  
[www.deloitte.com/pl](http://www.deloitte.com/pl)

Informacja prasowa

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kontakt: Paweł Jakóbik  Deloitte  Tel.: +48 694 424 715  E-mail: [pjakobik@deloitteCE.com](mailto:pjakobik@deloitteCE.com) |  |  |

**Dzięki branży bukmacherskiej stacje telewizyjne zyskują widzów wydarzeń sportowych**

*Rynek zakładów sportowych może być wart około 200 mld dolarów w skali globalnej*

**Warszawa, 6 lutego 2019 r. – Oglądalność tradycyjnej telewizji spada niemal na całym świecie, jednak transmisje i programy sportowe opierają się temu trendowi. Aż 60 proc. mężczyzn w wieku 18-34 lata, którzy oglądają sport w telewizji, obstawia również zakłady bukmacherskie. Szacunki te znalazły się w raporcie** **„**[**Global TMT Predictions**](http://clearcom.pl:9191/owncloud/index.php/s/BG90vOCkjuEBHsf#pdfviewer)**” firmy doradczej Deloitte i dotyczą Ameryki Północnej. Co więcej, im częściej kibice dokonują zakładów, tym więcej czasu spędzają przed telewizorem. Dlatego zdaniem ekspertów Deloitte branża bukmacherska staje się ważnym czynnikiem, gwarantującym stacjom telewizyjnym dopływ widzów śledzących wydarzenia sportowe.**

W 2019 roku przeciętny młody Amerykanin w wieku 18-24 lat, poświęcił 11 godzin w tygodniu na oglądanie programów sportowych, podczas gdy mężczyźni w wieku 25-34 lata średnio o pięć godzin więcej. Programy sportowe będą stanowić odpowiednio około dwóch trzecich i trzech czwartych czasu spędzonego przez nich przed telewizorem. W tej grupie nie brakuje jeszcze bardziej zagorzałych kibiców. Około 30 proc. amerykańskich widzów w wieku 25-34 lata obejrzy 21 godzin programów sportowych tygodniowo, a w przypadku jednej piątej będzie to aż 35 godzin, czyli pięć godzin dziennie. Mowa jest tu przede wszystkim o mężczyznach, bo przekonanie, że kobiety nie są tak zagorzałymi fankami sportu w tym przypadku się sprawdza. Tylko 26 proc. Amerykanek w wieku 18-24 lat i 37 proc. w wieku 25-34 lat oglądało w telewizji w ubiegłym roku chociaż jedną transmisję wydarzeń sportowych.

Tradycyjna telewizja ma coraz większy problem, by utrzymać widownię na dotychczasowym poziomie, ale nie dotyczy to sportu. W 2018 roku młodzi Brytyjczycy w wieku 16-34 lat spędzili przed telewizorem dziennie średnio o 42 proc. mniej minut niż w 2010 roku. W przypadku sportu było to jedynie mniej o 24 proc. minut. – *Podobne zjawisko obserwowano w USA, zapewne analogicznie będzie także na innych rynkach, choć każdy z nich niewątpliwie ma swoją specyfikę. Jednym z powodów, który utrzymuje widza przed telewizorem są dodatkowe emocje, które wiążą się ze śledzeniem widowiska sportowego* – mówi **Przemysław Zawadzki**, Dyrektor, Lider Deloitte Sports Business Group. Te emocje budzi, m.in. udział w zakładach bukmacherskich.

**Związek wprost proporcjonalny**

Deloitte przewiduje, że w tym roku 40 proc. amerykańskich widzów w wieku 18-34 lata oglądających programy sportowe, co najmniej raz w tygodniu będzie obstawiać wygraną w zakładach bukmacherskich. Wśród kobiet odsetek ten wynosi 15 proc. Różnice ujawniają się także w poszczególnych grupach wiekowych. Wraz z wiekiem spada skłonność do udziału w zakładach sportowych. W grupie widzów w wieku 55-75 lat jedynie mniej niż 5 proc. będzie miało kontakt z bukmacherem raz w tygodniu. Z kolei w grupie wiekowej 25-34 lata odsetek ten rośnie do 50 proc. Podobnie wyniki pokazały badania przeprowadzone wśród widzów kanadyjskich. – *Ci którzy najczęściej obstawiają zakłady sportowe, są też najbardziej skłonni zasiąść przed telewizorem, by śledzić zmagania sportowców. Co najmniej trzy czwarte osób w USA, które biorą udział w zakładach, oglądają później w telewizji dyscyplinę lub zawody, które obstawili. To pokazuje, jak łączą się te dwie sfery* – mówi **Przemysław Zawadzki**. Prognozy mówią, że ci, którzy w tym roku obstawią co najmniej jeden zakład tygodniowo, obejrzą dwa razy więcej transmisji niż pozostali widzowie.

**Hazard legalny i nielegalny**

Wartość branży hazardowej wynosi około pół biliona dolarów w skali globalnej. Około 40 proc. tej sumy, czyli około 200 mld dolarów stanowią zakłady sportowe. Szacunki rynkowe pokazują, że w latach 2018-2022 będą one rosły w tempie prawie 9 proc. rocznie. Oszacowanie szarej strefy w branży hazardowej jest niezwykle trudne, ale tylko w USA całkowita kwota postawiona w nielegalnych zakładach sportowych mogła wynieść w ubiegłym roku 169 mld dolarów. Niewykluczone, że pieniądze zostawione u bukmacherów z szarej strefy przez fanów amerykańskiego futbolu są od czterech do pięciu razy większe niż przychody z biletów wstępu oraz z praw telewizyjnych w tym sporcie. W Polsce funkcjonuje 16 legalnych organizatorów zakładów bukmacherskich.

Gruntowne zmiany w polskim prawie sprawiły, że obroty oraz udziały rynkowe bukmacherów z licencją Ministerstwa Finansów zwiększyły się. – *Zakłady bukmacherskie mogą być ważnym czynnikiem gwarantującym widownię telewizyjną istotnych wydarzeń sportowych. Firmy zajmujące się produkcją i dystrybucją telewizyjnych transmisji sportowych powinny współpracować, a nawet inwestować w biznes bukmacherski. Z kolei branża bukmacherska lokuje ogromne pieniądze w sponsoringu sportowym, ale też telewizyjnym. Nasz raport pokazuje, że te dwa sektory łączy więcej niż mogłoby się wydawać* – podsumowuje **Daniel Martyniuk,** Partner, Deloitte Sports Business Group.

Pełny raport dostępny jest [tutaj](http://clearcom.pl:9191/owncloud/index.php/s/BG90vOCkjuEBHsf#pdfviewer).

Subskrypcja:  
Otrzymuj powiadomienia o kolejnych informacjach prasowych Deloitte na stronie:  
[www.deloitte.com/pl/subskrypcje](http://www.deloitte.com/pl/subskrypcje)