



Valentýnský průzkum Mastercard®: Romantické výdaje vzrostly za poslední desetiletí o 548 procent

11. února 2021, Praha – Romantici na nákupech utrácení před svátkem sv. Valentýna stále více. Podle každoročně sestavovaného ukazatele Mastercard Love Index¹ vzrostly za posledních deset let valentýnské výdaje ve světě celkově o 180 procent, v Evropě dokonce o 648 procent. V Čechách se pak romanticky podbarvené výdaje za posledních deset let zvýšily o 548 procent, v případě květin až o neuvěřitelných 1 806 procent. Dárky k letošnímu Valentýnu na internetu obstaralo 43 procent Čechů. Ti se začali přiklánět také k místním prodejcům: 41 procent se chystá letos nakupovat v sousedství. Vzhledem k aktuálním opatřením si Češi plánují na Valentýna uvařit něco dobrého, vyrazit na romantickou procházku parkem či domovským městem.

Studie Mastercard Love Index poskytuje podrobný pohled na nákupní chování a trendy v souvislosti s nejromantičtější dnem roku prostřednictvím analýzy transakcí platebními kartami po celém světě. V Čechách se za posledních deset let počet nákupů dárků a prožitků zvýšil o ohromujících 2 863 procent. Výrazný růst tak zaznamenaly i jednotlivé položky, jako jsou například květiny (1 806 procent) či návštěva restaurace (1 037 procent). Z evropských zemí se v loňském roce za květiny nejvíce utrácelo v Rusku, Švédsku a Spojeném království. Meziročně se zvyšovaly i výdaje za šperky. Ty za posledních deset let vzrostly v Evropě celkem o 119 procent, v Čechách dokonce o 253 procent. Za šperky se nejvíce utrácí v Itálii, následuje Spojené království a Rusko.

Pro letošní rok, s pokračujícími omezeními v důsledku přetrvávající pandemie, se pro zamilované páry na přední místa žebříčku oblíbenosti dostala domácí kuchyně, romantické procházky parkem či městem, domácí piknik nebo herní večery. Letos bude českým zamilovaným párům na Valentýna nejvíce scházet právě romantická večeře v restauraci, kterou si však až 54 procent vynahradí večeří uvařenou doma.

„Průzkum Mastercard Love Index sleduje nákupní chování a trendy ve výdajích v období jednoho z nejromantičtějších dní roku už dekádu. Letošní rok je oproti předchozím zcela výjimečný. Z aktuálních dat vidíme, že Češi v současném mimořádném stavu vyhledávají možné příležitosti k rozptýlení a Valentýn je bezpochyby jednou z nich. Zamilovaní si tak cestu k romantice najdou i skrze nákupy dárků pro své partnery na internetu či květiny z obchodů ze sousedství nebo si jednoduše vytvoří láskyplnou atmosféru doma,“ říká Michal Černý, generální ředitel společnosti Mastercard pro Českou republiku a Slovensko.

¹ Údaje společnosti Mastercard o útratách pocházejí z více než 50 trhů po celém světě. Průzkum provedla v lednu 2021 nezávislá agentura Fly Research na vzorku 19 000 dospělých respondentů v 19 zemích.



V průběhu posledních deseti let stabilně rostlo i nakupování na internetu a počet online nákupů uskutečněných v období před svátkem sv. Valentýna se tak za toto období zvýšil o celých 572 procent, v Čechách pak o neuvěřitelných 6 542 procent. Téměř polovina (43 procent) dotazovaných Čechů uvedla, že na internetu bude valentýnské dárky nakupovat i letos. Mnoho českých spotřebitelů ovšem také podporuje své místní prodejce: 41 procent se chystá květiny a dárky nakupovat ve svém sousedství.

Pandemie sice brání lidem, aby navštěvovali své blízké, na lásku je ovšem krátká. Téměř každý pátý (18 procent) český respondent si za poslední rok našel prostřednictvím internetu vztah a 14 procent uvedlo, že měli rande prostřednictvím videohovoru, např. přes aplikaci Zoom či FaceTime. Téměř každý třetí (32 procent) byl na romantickém rande či procházce s dodržáním odstupů a necelá čtvrtina (24 procent) respondentů se za poslední rok přihlásila na seznamovací stránky nebo do seznamovací aplikace.

Studie také ukazuje, jak se za poslední rok změnilo postoje k partnerským vztahům. Sv. Valentýn v roce 2021 tak může být tím doposud nejpromyšlenějším: 45 procent respondentů (v Čechách pak 36 procent) v průzkumu uvedlo, že vymyšlení dárků věnuje letos daleko více úsilí a 46 procent (36 procent Čechů) má v tomto roce daleko kreativnější plány než dříve.

Co Češi plánují na sv. Valentýna 2021:

1. Domácí kuchyně 54 %
2. Procházka v parku 26 %
3. Procházka domovským městem 19 %
4. Domácí piknik 19 %
5. Herní večer 16 %
6. Filmový maraton 15 %
7. Jídlo s sebou 7 %
8. Domácí lázně 7 %
9. Virtuální rande (Zoom, FaceTime apod.) 3 %
10. Piknik v parku 1 %

O společnosti Mastercard

Mastercard (NYSE: MA), www.mastercard.com, je technologická společnost s celosvětovou působností v oboru zprostředkování plateb. Zajišťováním bezpečných, jednoduchých, chytrých a snadno dostupných platebních transakcí Mastercard podporuje a propojuje inkluzivní digitální ekonomiku prospěšnou všem, kdekoli na světě. Inovace a řešení využívající zabezpečených dat a sítí, partnerství a energie společnosti Mastercard pomáhají jednotlivcům, finančním institucím, vládním orgánům i firmám naplňovat beze zbytku jejich potenciál. Firemní kultura společnosti a vše, co Mastercard dělá uvnitř i navenek, se řídí firemním kvocientem slušnosti. Se společností Mastercard je možné se spojit ve více než 210 zemích a oblastech. Mastercard vytváří udržitelný svět, v němž se všem nabízejí možnosti k nezaplacení.



Pro další informace kontaktujte: