**LOS SOLTEROS SON EL IMPULSO ECONÓMICO QUE EUROPA NECESITA**

* **Según los datos de Meetic Group, los solteros europeos gastaron un total de 24.800 millones en citas1**
* **Un fenómeno social que ha pasado a convertirse en un impulso de la economía de cada país**

**Madrid, abril 2017.-** Los datos lo avalan, el dating es un mercado boyante que ha venido para quedarse. Actualmente los servicios centrados en conseguir que los solteros encuentren su espacio en la oferta de entretenimiento acaparan los primeros puestos en el parquet de varios países. Un nicho que ha encontrado en 2016 más de 33 millones de consumidores en siete países de Europa2 (Francia, Alemania, Italia, Países Bajos, España, Suecia y Reino Unido), los cuales se calcula han tenido un total de 691 millones de citas3. ¡Los solteros mandan en la economía del continente!

**¿En qué gastan los solteros?**

Entretenimiento, restauración, alimentación, cosmética, moda, regalos, anticonceptivos, etc. Son sólo algunos de los sectores que se ven beneficiados por los solteros. Según los datos cuantificados por el CEBR (Centro de Investigación Económica y Empresarial) en 2016 para estos siete países europeos, los *singles* invirtieron un total de 24.800 millones de euros en citas. Una cifra nada desdeñable si hablamos de recuperación económica en la zona euro. De ellos, 3.400 millones de euros salieron de los bolsillos de los solteros españoles4, los europeos que más invirtieron en sus citas en el 2016 con una media por cita de 65 euros5 por detrás de los británicos que emplearon 158 euros6 y seguidos de cerca por los holandeses con 62 euros por cita7.

La actividad más popular a la hora de gastar es salir a comer o beber, dos tercios del gasto en citas está relacionado con este sector de consumo, una cifra que alcanza de media los 14.800 millones de euros8. Sin embargo por países los gastos son distintos. Los italianos gastan más en ropa y cosméticos, los británicos en transporte y los franceses en alimentación.

**Un valor seguro**

Los solteros han adquirido más presencia en la sociedad y actualmente las empresas han comenzado a tenerlos en cuenta a la hora de desarrollar sus productos y comercializar sus servicios. Empiezan a verse como un grupo de consumo tal y como prueban los datos del estudio de CEBR, en el que se establece que entre Francia, Alemania, Italia, Países Bajos, España, Reino Unido y Suecia, las citas y las actividades relacionadas con ellas contabilizan una media de 0,37% del total del gasto de los consumidores de cada país.9

Son un valor al alza y compañías como Match Group lo saben. La empresa propietaria de Meetic ha mantenido su apuesta por los solteros como un actor económico más y eso les ha procurado un total de 294.870.000 dólares en ingresos procedentes de servicios del *dating*10 en 2016, su primer año de cotización en el NASDAQ (ticker: MTCH). Datos que hablan de una oportunidad de oro para invertir en los solteros, más teniendo en cuenta que las previsiones del estudio hablan que para 2019 es estimen en más de 672 millones de solteros como usuarios de estos servicios11.

**Acerca de Match Group**

Match Group (NASDAQ: MTCH) es el proveedor líder a nivel mundial de servicios de dating. Operando con una cartera de más de 45 marcas, incluyendo Match, Tinder, PlentyOfFish, Meetic, OkCupid, Pairs, Twoo, OurTime, BlackPeopleMeet y LoveScout24 (anteriormente conocido como FriendScout24), cada una de ellas creada para aumentar la probabilidad de que los usuarios encuentren una conexión romántica. A través de esta cartera de marcas consolidadas, Match Group ofrece productos adaptados para satisfacer las diferentes preferencias de los usuarios. Actualmente ofrece productos de dating en 42 idiomas para más de 190 países. Además de servicios de dating, opera The Princeton Review, que ofrece una variedad de preparación de exámenes, tutoría académica y servicios de consejería universitaria.

**Acerca de Meetic**

Fundada en 2001, Meetic es el servicio de dating que ofrece las mejores herramientas para conocer gente nueva a través de cualquier tipo de tecnología: portal, móvil, aplicaciones y eventos, además de ser el más eficiente según los solteros españoles. Actualmente, Meetic está presente en 16 países europeos y disponible en 13 idiomas diferentes, además forma parte de IAC, empresa internacional líder en Internet con más de 150 marcas especializadas en ofrecer servicios a los consumidores. Para más información, visita [www.meetic.es](http://www.meetic.es)

|  |  |
| --- | --- |
| **Para más información PRENSA**  GLOBALLY – 91 781 39 87  Pablo Maté  Pablo.mate@globallygroup.com  Laura Alcázar  Laura.alcazar@globallygroup.com | **Para más información Meetic España y Portugal**  María Capilla  [m.capilla@meetic-corp.com](mailto:m.capilla@meetic-corp.com) |

1 CEBR report – *Executive Summary*, page 4 (6th bullet point)

2 CEBR report – *Executive Summary*, page 4 (2nd bullet point)

3 CEBR report – *Executive Summary*, page 4 (3rd bullet point)

4 CEBR report – *The Economic contribution of dating in Spain*, page 14

5 CEBR report – *The Economic contribution of dating in Spain*, page 14

6 CEBR report – *The Economic contribution of dating in UK*, page 16

7 CEBR report – *The Economic contribution of dating in Netherlands*, page 12

8 CEBR report – *Conclusions*, page 25

9 CEBR report – *Executive Summary*, page 4 (8th bullet point)

10Match Group Reports Q4 Results – *Key financial and operating metrics*, Total dating revenue Q4 2016

11 Match Group Business Overview – *Large and growing global dating market*, page 7