

KIBIC CHCE BYĆ BOHATEREM.

Skanuje kod QR, robi selfie i po ~30 sekundach dostaje swoją spersonalizowaną kartę kibica — **jego twarz w barwach klubu**, gotowa, by ją pokazać i wysłać dalej.



To nie gadżet — to spotkanie realnego popytu z dojrzałą technologią. **Młodzi kibice już żyją sportem w telefonie** i chcą w nim uczestniczyć, a nie tylko oglądać. Personalizacja realnie podnosi wydatki i lojalność, sponsorzy dostają mierzalny kontakt z najbardziej przychylną publicznością, a wszystko opiera się na danych zebranych za zgodą kibica — zgodnie z RODO. Ten raport streszcza dowody z lat 2024–2026, którymi uzasadnisz decyzję.

90%+

młodych kibiców konsumuje sport w social mediach.

Deloitte, 2025

CZTERY POWODY, DLA KTÓRYCH TO DZIAŁA — NA LICZBACH.

01 POPYT JEST REALNY

90%+

Młodzi kibice konsumują sport w social mediach.

DELOITTE • 2025

Co to znaczy dla Twojego klubu: trafiasz do kibica tam, gdzie już jest — bez aplikacji, bez tarć.

55% → 70%

Kibice działają na wielu platformach; wśród młodych aż ~70%.

DELOITTE • 2026

Co to znaczy dla Twojego klubu: publiczność na interaktywną atrakcję jest szeroka i młoda.

02 ŁATWE, BO AI JEST JUŻ NORMĄ

40%

Kibiców akceptuje treści AI, gdy są oznaczone.

DELOITTE • 2026

Co to znaczy dla Twojego klubu: otwarcie AI-owa karta trafia do przychylniej, masowej widowni.

+54% / 64%

Personalizacja: +54% wydatków; 64% odejście bez niej.

Wydadają więcej



Odejdą bez niej



TWILIO • 2024

Co to znaczy dla Twojego klubu: hiper-osobista pamiątka to dokładnie ta personalizacja, która działa.

03 MOŻE SIĘ SAMA SFINANSOWAĆ

67% vs 54%

Kibice piłki lubią marki sponsorów bardziej niż ogół.

Kibice piłki



Ogół populacji



NIELSEN • 2025

Co to znaczy dla Twojego klubu: karta z logo sponsora trafia do najbardziej przychylniej publiczności.

04 NISKIE RYZYKO (DANE ZA ZGODĄ)

~70%

Młodzi udostępniają dane za lepsze, osobiste doświadczenie.

DELOITTE • 2026

Co to znaczy dla Twojego klubu: zbierasz dane first-party za zgodą — w RODO-owo czysty sposób.

OD KODU QR DO KARTY W 30 SEKUND — I JAK KAŻDY KROK TRAFIA W TREND.

1

SKAN QR NA STADIONIE

Kibic jest już w telefonie i social mediach.

POPYT • DELOITTE 2025

2

SELFIE + POLA + ZGODA RODO

Moment największej przychylności do podzielenia się danymi.

DANE ZA ZGODĄ • DELOITTE 2026

3

AI WSTAWIA TWARZ W BARWY KLUBU

Współtworzenie z AI — oznaczone, akceptowane, chciane.

AI MAINSTREAM • DELOITTE 2026

4

KARTA NA ŻYWO + SMS-PAMIĄTKA

Spersonalizowana treść, którą kibic niesie dalej — z marką sponsora w środku.

ROI + SPONSOR • TWILIO / NIELSEN

DLACZEGO BEZPIECZNE

Selfie żyje tylko na czas generowania karty i jest kasowane po jego zakończeniu. Dane zbierane są za wyraźną zgodą (RODO), first-party, w bezpiecznej, wielotenantowej architekturze. Sponsor dostaje mierzalny zasięg — bez ryzyka reputacyjnego.

ŹRÓDŁA

Deloitte Digital Media Trends, 20th ed. „From Subscribers to Superfans”, 2026

deloitte.com/.../digital-media-trends-consumption-habits-survey

Deloitte 2025 Global Sports Industry Outlook, 2025

deloitte.com/.../sports-industry-outlook/2025

Nielsen 2025 Global Sports Report „The Future of Sport”, 2025

nielsen.com/.../the-future-of-sport

Twilio Segment, The State of Personalization Report 2024, 2024

twilio.com/en-us/press/releases/soccer-2024

Frontiers in Psychology, „The people’s game...”, 2024

frontiersin.org/.../fpsyg.2024.1517295/full

METODYKA

Dane z ogólnodostępnych raportów branżowych 2024–2026 (Deloitte, Nielsen, Twilio) oraz recenzowanej pracy naukowej (Frontiers in Psychology, 2024); każda liczba zweryfikowana u źródła.

Nazwy źródeł podano w oryginale (po angielsku). Żadna liczba nie pochodzi spoza banku dowodów.

UMÓW PILOTAŻ NA JEDEN MECZ.

Zobacz reakcję kibiców na własne oczy — bez ryzyka.

Napisz do nas: kontakt@fancarta.ai • fancarta.ai

UMÓW PILOTAŻ →