**Dlaczego inwestorzy powinni przyglądać się branży dating appów?**

**Branża aplikacji randkowych jeszcze dekadę temu była traktowana jako kulturowy eksperyment. Dziś to pełnoprawna i dynamicznie rozwijająca się gałąź rynku mobile, a także sektor, który przyciąga uwagę inwestorów na całym świecie – również w Polsce.**

**Globalny potencjał**

Zgodnie z danymi Business of Apps, w 2024 roku z aplikacji randkowych korzystało około 364 milionów użytkowników na całym świecie, co odpowiada 4–5% całej populacji. To ogromna liczba, szczególnie gdy uwzględnimy prognozowaną dynamikę wzrostu. Jak pokazują raporty Grand View Research i NewsReports, wartość rynku ma wzrosnąć z ok. 9 mld USD w 2023 roku do ponad 14 mld USD w 2030 roku, przy średniorocznym tempie wzrostu (CAGR) na poziomie 7,4–7,6%.

Wzrostowi sprzyja rozwój kultury singli, urbanizacja, digitalizacja relacji oraz wzrost znaczenia aplikacji mobilnych w życiu codziennym. Co ważne, rośnie nie tylko liczba użytkowników, ale też penetracja rynku – w 2024 roku sięgnęła 5% i nadal będzie rosnąć.

**Polski przykład**

W tym kontekście warto zwrócić uwagę na polską aplikację meet2more, która w krótkim czasie od powstania trafiła do top 4 najczęściej pobieranych aplikacji randkowych w Polsce. Jej sukces pokazuje, że lokalne technologie mają realną szansę rywalizować z globalnymi gigantami, pod warunkiem odpowiedniego dopasowania do zachowań i oczekiwań użytkowników. - *Dziś aplikacje randkowe to nie tylko przestrzeń do poznawania ludzi, ale realne narzędzie biznesowe. Mamy dane, wiemy kto płaci, kiedy klika i co działa. To ogromna przewaga nad innymi segmentami rynku mobilnego. Aplikacja to produkt, ale też infrastruktura analityczna, która może przynosić bardzo stabilny zysk* – mówi Hubert Baran, twórca meet2more.

**Dlaczego to dobre środowisko dla inwestorów?**

Aplikacje randkowe mają wysoką skalowalność, niskie bariery wejścia i przewidywalny model monetyzacji. Coraz częściej zarabiają nie na reklamach, lecz na płatnych subskrypcjach, funkcjach premium i mikrotransakcjach. To przekłada się na lepsze wskaźniki LTV (lifetime value) i większą stabilność cashflow.

Z danych meet2more wynika m.in., że:

* Kobiety otrzymują średnio 8 matchy dziennie, mężczyźni zaledwie 2 – potwierdzając znane zjawisko nierównowagi w zaangażowaniu.
* Panowie są bardziej aktywni – 30% ich swipe’ów to „lajki”, podczas gdy kobiety klikają tylko w 13% przypadków.
* Aż 75% klientów premium stanowią mężczyźni – to wartościowy segment: lojalny, aktywny, posiadający realny kapitał do wydawania.
* Co ciekawe, aplikacja notuje idealną równowagę technologii – 50% użytkowników to posiadacze iPhone’ów, 50% to Androidowcy, co może ułatwiać segmentację i projektowanie skalowalnych rozwiązań.

Z punktu widzenia inwestorów oznacza to możliwość:

* wejścia w technologię opartą na danych i algorytmach
* ulokowania kapitału w produkcie z udowodnioną retencją
* dotarcia do zaangażowanej, dobrze zdefiniowanej grupy odbiorców

Polskie startupy potrafią zbudować produkt odpowiadający globalnym trendom, a przy tym dostosowany do lokalnego rynku. Dla funduszy VC i aniołów biznesu to jasny sygnał: rynek aplikacji randkowych wciąż jest niewykorzystanym zasobem inwestycyjnym.