



REO núm: 1079
Data: 29/02/2024

Anàlisi i dimensionament del mercat català de loteries. 2023

Informe de resultats



LOTERIES DE CATALUNYA APROFUNDIR I COMPRENDRE

Informe de resultats

29 de novembre de 2023



METODOLOGIA I RESUM EXECUTIU

1

METODOLOGIA QUALITATIVA

Com ho hem fet?



MOSTRA

- **26 responsables de venta** 10 d'estancs, 8 de Horecas, i 8 de quioscos/líbreries.
- **36 jugadors:** 12 lovers de LC, 12 ex-lovers de LC, 12 altres loteries (SELAE / ONCE).



TARGET

- Responsables de venta d'estancs, Horecas, i quioscos/líbreries.
- Lovers de LC, ex-lovers de LC, altres loteries (SELAE / ONCE).



METODOLOGIA

- **26 entrevistes online** de **45 minuts** amb els responsables de venta.
- **6 sessions online** de **2,5 hores** de duració amb jugadors de loteries.



CAMP

- Treball de camp des del **12 de juliol** fins el **26 de juliol**

METODOLOGIA QUANTITATIVA

Com ho hem fet?



MOSTRA

- **800 jugadors** mostra representativa de les persones que han jugat a alguna loteria
- **200 jugadors** de Loteries de Catalunya (LC):
 - **40** només juguen a la **Grossa**
 - **160** que juguin també a **altres LC**



TARGET

- Persones que han jugat a alguna loteria en el darrer any
- Persones que han jugat a alguna Loteria de Catalunya en el darrer any



METODOLOGIA

- Entrevista **online** auto administrada amb un qüestionari de **19 minuts** de duració



CAMP

- Treball de camp des del **28 d'agost** fins el **5 de setembre**

Altres símbols

* Base petita ($n < 80$)

** Base molt petita ($n < 30$)



Preg. espontània

Pregunta espontània

RESUM EXECUTIU

Les loteries tenen un perfil de jugador/a molt universal a Catalunya. El jugador/a mitjà/na té 46 anys i el seu hàbitat és eminentment urbà. El perfil és lleugerament més masculí que femení.

Les motivacions per jugar-hi són molt diverses, essent-ne algunes més individuals (curiositat o interès personal) i d'altres més compartides (tradició familiar o esdeveniments socials). El joc respon a quelcom molt més enllà del simple interès per guanyar un premi, ja que és una experiència que se centra en l'emoció, l'entreteniment i la diversió. La pròpia paraula (joc) ens porta cap a un territori força relaxat, que permet la diversió i la interacció social, sense connotacions de pressió per guanyar, ja que l'aleatorietat del resultat així ho comporta. Naturalment, el premi o pot és el principal motivador per jugar-hi, en segon lloc estarien l'esperança i la il·lusió que hi és involucrada, així com el preu i la facilitat per jugar-hi.

La loteria és un joc al que sobre tot s'hi juga sol/a però que el procés es comparteix amb familiars i amics. Ademés els jugadors/es acostumen a simultanejar diferents loteries dels diferents operadors existents.

Tant pel que fa a coneixement dels diferents jocs i loteries, com a penetració (han jugat el darer any almenys una vegada), les loteries de la Sociedad Española de Loterías y Apuestas del Estado (SELAE) estan molt per davant de les de Loteries de Catalunya i la ONCE. Tot i això un 83% dels jugadors/es catalans/es coneixen alguna de les loteries de Loteries de Catalunya i fins un 49% hi han jugat almenys una vegada. En general, les loteries de Nadal (Gordo, Grossa de Cap d'any i Cupon extra de Navidad, són les més jugades. Podem dir que a Catalunya (com a la resta d'Espanya) la loteria és un joc sobre tot de Nadal. La preeminència del Gordo de Navidad fa que la compra mitja i la despesa mitjana de SELAE sigui clarament més elevada que les de Loteries de Catalunya i ONCE. Però no tot són les loteries de Nadal, ja que les que presenten una major freqüència són les instantànies i les actives (tipus rasca rapid o 6/49).

Les loteries passives permeten jugar d'una manera més recurrent i mantenen l'il·lusió constant mentre que les instantànies apelen a l'instantaneïtat del premi com a motivació principal. Per perfil d'edat podem dir que el públic més jove tendeix més a jugar a les instantànies (els agrada més la recompensa instantània) i el més madur a les passives.

RESUM EXECUTIU (II)

El que més es valora a l'hora de comprar loteria es que sigui un procés de compra segur i que la mecànica de saber si ha tocat el premi sigui simple i accessible. Els premis i la relació preu premi son també fonamentals. La destinació social dels beneficis, n'és també un afegit positiu. D'altra banda es demana cada vegada més es una comunicació bidireccional

Pel que fa a imatge de marca, Loteries de Catalunya s'associa més a modernitat i innovació, així com al fet de fer un retorn social dels beneficis obtinguts. D'altra banda, lògicament, els jugadors/es de Loteries de Catalunya es declaren tendencialment més vinculats a un sentiment catalanista. Respecte de SELAE i ONCE, que tenen punts de venda propis i reconeixibles, la presencia de les Loteries de Catalunya és una mica més difosa, tot i que s'identifiquen els estancs i els supermercats i hipermercats com els establiments on més habitualment es poden trobar.

Els detallistes mostren una resposta positiva envers la interacció amb l'estructura comercial de Loteries de Catalunya. El repte principal rau en fer una comunicació notòria cara al consumidor/a sense que el detallista senti que se li "envaeix" l'espai físic. En general els detallistes demanen que es faci més comunicació al voltant dels premis que es guanyen, per a que serveixi com a "efecte crida".

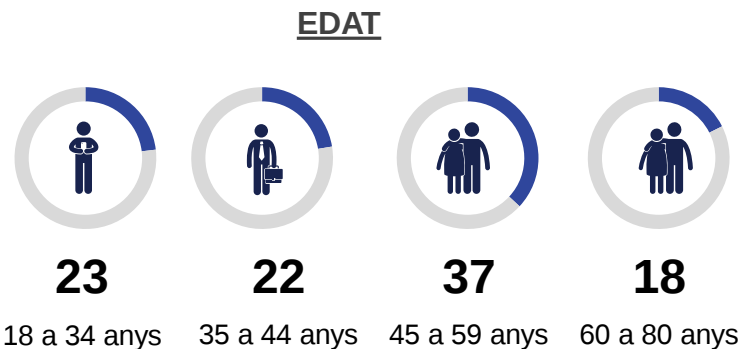
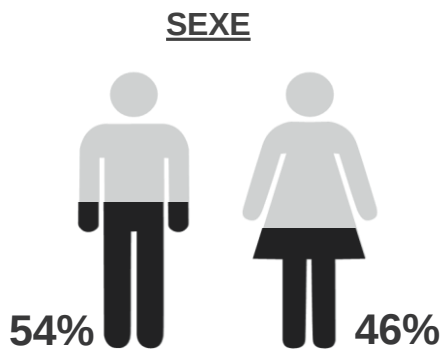
Pel que fa al joc online, una quarta part de la mostra recorda haver comprat loteria online. Aquesta xifra és molt més elevada que les dades dels percentatges de compra generals de loteries online disponibles. Com que l'estudi és declaratiu, podem concloure que els jugadors/es recorden a ver-ho fet molt més del que no ho han fet en realitat, la qual cosa ens parla d'una predisposició favorable a fer-ho de cara al futur. Tot i haver experimentat un creixement significatiu en els últims anys, la compra de loteria online encara presenta algunes barreres en comparació amb les botigues físiques a les que cal fer front: falta de confiança, de coneixement, per tradició de tenir el bitllet "físic" i/o per seguretat. L'estalvi de temps i desplaçament són els principals motius de jugar online. Pels més joves hi ha ademés un component de dinamisme i flexibilitat.

LOTERIES: MOTIVACIONS, PORTES D'ENTRADA I HABITS

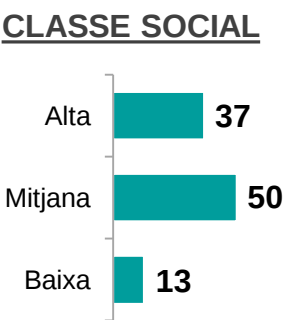
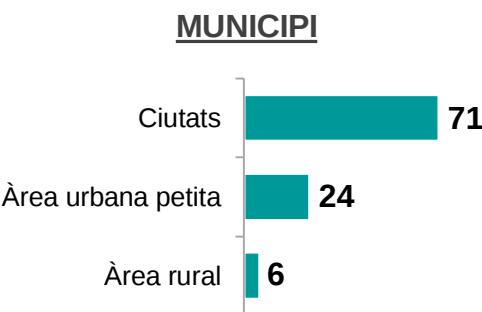
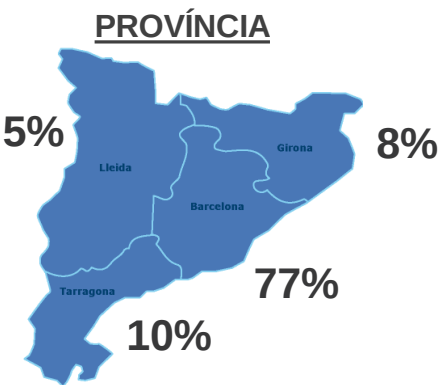
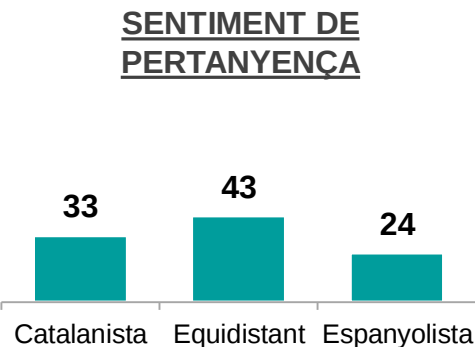
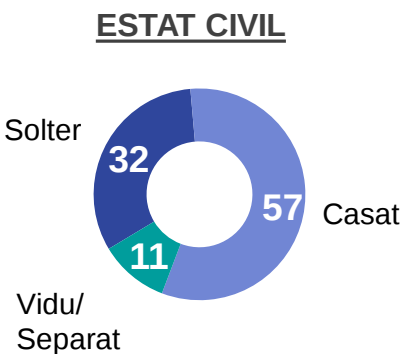
2

LES LOTERIES ARRIBEN A TOTHOM

Perfil dels jugadors de loteries



Mitjana 46 anys



Base: Total jugadors (n=800)

LA TRADICIÓ FAMILIAR O L'INTERÈS PEL PREMI, LES GRANS PORTES D'ENTRADA A JUGAR A LOTERIES

Portes d'entrada més **compartides**

- **Tradició familiar:**
Moltes persones comencen a jugar a loteries perquè els seus pares, avis o altres membres de la família ho fan. La tradició i la influència familiar poden exercir un paper important en la introducció al joc de loteria.
- **Esdeveniments socials:**
Els esdeveniments socials, com reunions amb amics o companys de feina, sovint involucren la compra de butlletes de loteria, especialment quan hi ha grans pots en joc. Participar en aquestes activitats pot ser una forma d'unir-se a la diversió i l'emoció compartida

Portes d'entrada més **individuals**

- **Interès en el premi:**
Molts jugadors són atrets per la possibilitat de guanyar un premi substancial. La perspectiva de canviar la seva vida amb un gran premi pot ser una motivació poderosa.
- **Curiositat i experimentació:**
Algunes persones comencen a jugar a loteries per curiositat o simplement per experimentar l'emoció de participar en un joc d'atzar.
- **Necessitats econòmiques:**
Algunes persones en situacions econòmiques difícils poden recórrer a les loteries com una possible solució als seus problemes financers, malgrat les baixes probabilitats de guanyar.

PER QUÈ “JUGAR”?

1. **Element d'entreteniment:** "jugar" a loteries evoca un sentit de diversió i entreteniment. Participar en jocs de loteria sol ser una experiència emocionant i divertida per a moltes persones, i el terme "jugar" reflecteix aquesta dimensió lúdica.
2. **Inclusivitat:** La paraula "jugar" és inclusiva i s'aplica a persones de totes les edats i antecedents. No importa qui siguis, tots poden "jugar" a la loteria. Aquesta inclusivitat és important per atreure una àmplia audiència.
3. **Emfatitza l'aleatorietat:** La paraula "jugar" suggereix que el resultat depèn en gran mesura de l'atzar i no d'habilitats específiques. Això és important perquè els participants compreguin que no poden influir directament en el resultat del joc.
4. **Aspecte psicològic:** L'ús de la paraula "jugar" pot tenir un impacte en la percepció psicològica de l'activitat. Pot fer que les persones se sentin més relaxades i menys pressionades en comparació amb termes com participar, comprar, etc.



ELS SOMNIS, LES PALANQUES PRINCIPALS PER ACTIVAR EL JOC

Somnis més **lúdics i compartits**

Somnis més **personals i pragmàtics**



Compartir part del premi amb familiars i amics, **enfortint els llaços personals**

Viatges i **experiències de vida** que abans no eren accessibles.



Inversions en habitatge, negocis o projectes personals per **millorar la qualitat de vida.**

Estalvi i inversió per assegurar l' estabilitat financera a llarg termini.

EL JOC ÉS MOLT MÉS QUE UNA SIMPLE OPORTUNITAT DE GUANYAR DINERS; ÉS UNA EXPERIÈNCIA QUE SE CENTRA EN L'ENTRETENIMENT, LA DIVERSIÓ I L'EMOCIÓ

Emoció i expectatives positives:

- **L'esperança** és un factor motivador fonamental que impulsa les persones a participar en les loteries ja que ofereixen als jugadors la possibilitat de fer realitat els seus somnis i aspiracions.
- La idea que "**podria ser jo**" estimula la imaginació i proporciona una sortida temporal de la rutina diària.
- A més, en comparació amb altres formes d' inversió o entreteniment, comprar una butlleta de loteria sol ser una activitat econòmica accessible per a la majoria de les persones. Això significa que gairebé qualsevol pot participar i sentir l'emoció de tenir l'oportunitat de guanyar.
- **L'envolten rituals i fetitxismes**. Alguns tenen números favorits, rituals de compra específics o llocs preferits per adquirir bitllets.



LA IDEA QUE "QUALSEVOL POT GUANYAR" ÉS PODEROSA

Entreteniment i diversió:

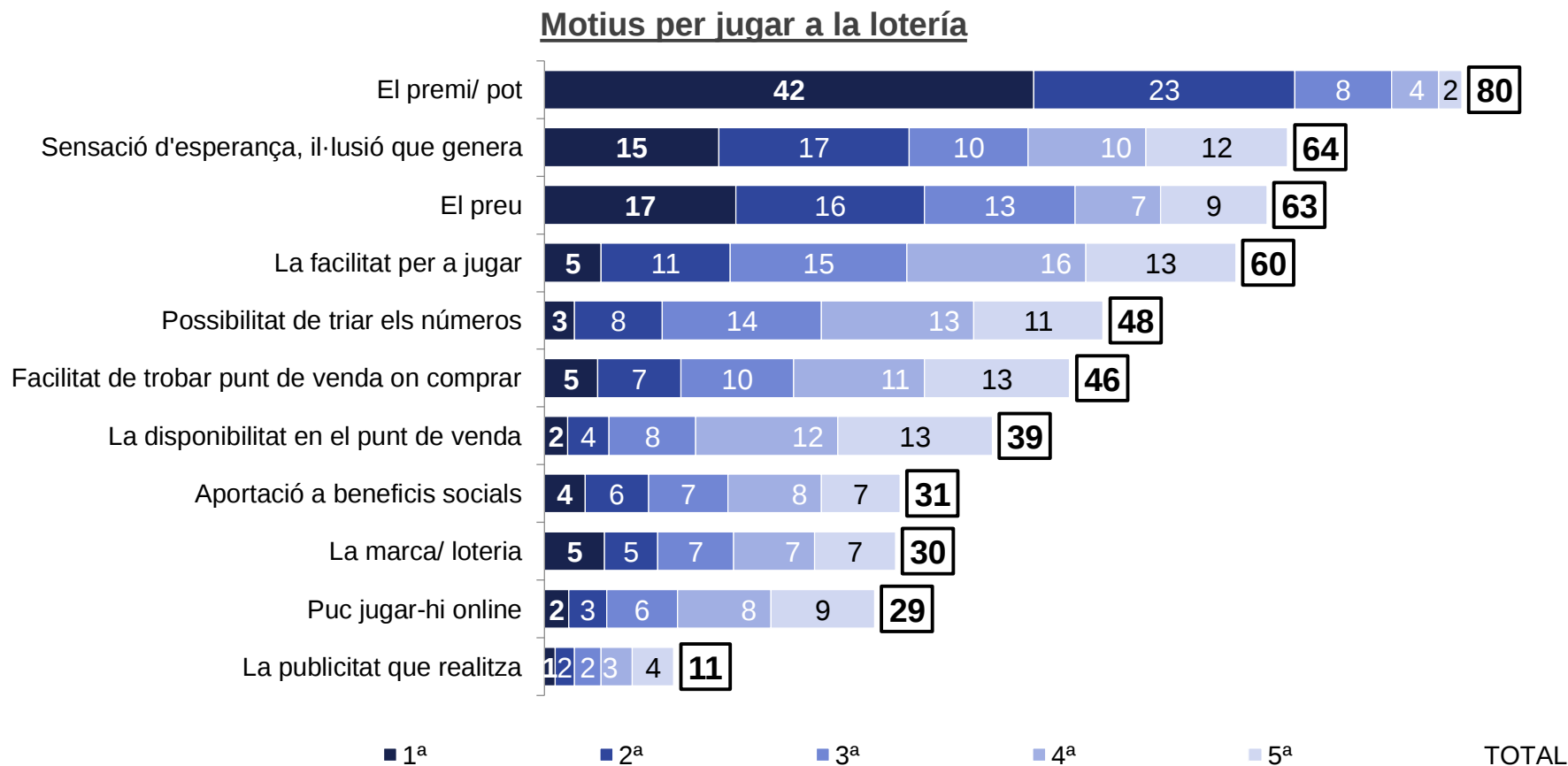
- **Trencar la rutina**: Comprar una butlleta i participar en un sorteig brinda a les persones una cosa emocionant en el que enfocar-se i trenca la monotonia de la vida quotidiana.
- **Permet compartir l'emoció**: Jugar a la loteria també pot ser una activitat social i compartir l'emoció de l'experiència.
- **Esdeveniments especials i sortejos**: En ocasions, es realitzen sortejos especials i esdeveniments relacionats amb les loteries que agreguen una capa addicional d' entreteniment. Aquests esdeveniments poden incloure premis addicionals, concursos i activitats promocionals que fan que el joc sigui encara més emocionant.



EL VALOR QUE SE LI DONA VA MÉS ENLLÀ D'UNA SIMPLE COMPRA

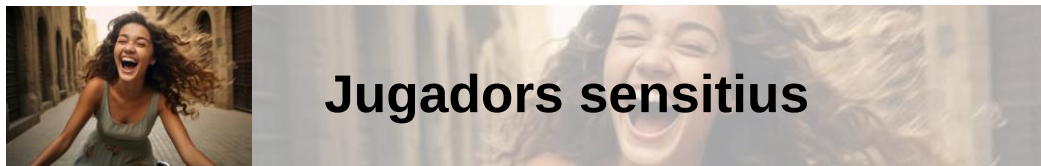
EL PREMI O POT, SEGUIT DE L'ESPERANÇA, IL·LUSIÓ, ELS PRINCIPALS MOTIUS PER JUGAR

El preu i la facilitat per a jugar, els motius secundaris



Base: Total jugadors (n=800)
P5.1. Pensant en els diferents motius per jugar a la loteria, ens podria indicar quines d'aquestes són les 5 raons més importants? / P5.2. Ara ordeni de més a menys importants els 5 motius pels que vostè juga a la loteria?

ELS JUGADORS TENEN DIFERENTS FORMES DE JUGAR SEGONS COM VIUEN L'EMOCIÓ I L'ENTRETENIMENT



Emoció i expectatives positives:

- **Motivats per l'emoció:** se senten atrets per l'emoció i l'anticipació de jugar a la loteria. Els emociona la possibilitat d'un canvi radical en les seves vides.
- **Connexió amb històries de guanyadors:** se senten atrets per històries de persones comunes que han guanyat grans premis.

- **Busquen Valor i Rendiment:** Consideraran les probabilitats de guanyar abans d' invertir, i aquest anàlisi els reconforta i els dona poder. Pensen que tot esforç té la seva recompensa.



Entreteniment i diversió:

- Tendeixen a prendre decisions de joc basades en **impulsos** i emocions en lloc d' una anàlisi lògica. Poden gastar més diners del que es poden permetre quan estan emocionats.
- **Solen jugar per diversió:** Veuen el joc de loteria com una forma d'entreteniment i gaudeixen del procés, fins i tot si no guanyen. La il·lusió de guanyar és sovint més important que el resultat real.

- S'entretenen alhora de prendre decisions basades en **anàlisis i càlculs**. Són conscients de les probabilitats i juguen de manera més estratègica.
- **Estableixen Límits:** Solen establir límits de despesa i segueixen un pressupost estricte per al joc. Són menys propensos a gastar més del planejat.

Amb què connecten?

- Connecten amb **històries reals** i missatges que parlin del procés emocional del joc.

- **Connecten amb informació clara i transparent.** Els agrada que els demostrin que on aposten és una opció lògica i amb bones oportunitats.

TRET DE LES DATES ESPECIALS, S'ACOSTUMA A JUGAR SOL

A dates assenyalades es juga amb la família, especialment al Nadal

	La 6/49	El Trio	El Rasca Ràpid	L'Express	La Grossa de Cap d'Any	La Grossa de Sant Jordi	La Grossa de La Diada	La Grossa del divendres	La Grossa del div. gener	La Grossa del div. La Revetlla	La Grossa del div. La Castanyada
	141	75*	148	32*	383	252	201	93	77*	96	60*
Jo sol/a	71	56	65	47	42	45	51	62	48	47	53
Amb la meva parella	16	24	21	22	37	35	32	31	34	38	38
Familiars	8	17	12	16	28	20	20	10	18	21	17
Amics	9	20	10	22	8	8	6	10	9	7	17
Companys de feina	5	13	10	31	10	4	4	10	9	10	10

	Lotería Nacional (jue / sáb)	El Gordo de Navidad	Sorteo del Niño	Primitiva	Bonoloto	Euromillones	Gordo de La Primitiva	Quiniela de Fútbol
	248	529	402	406	226	358	223	124
Jo sol/a	57	34	36	61	68	57	61	59
Amb la meva parella	31	38	38	29	27	28	27	21
Familiars	18	45	44	12	9	10	15	19
Amics	7	15	11	8	6	10	9	17
Companys de feina	8	18	11	5	6	8	8	8

	Cupón Diario	Cuponazo del Viernes	Cupón fin de semana	El SuperOnce	Eurojackpot	Rascas	Cupón Extra de Navidad
	175	194	129	65*	81	152	221
Jo sol/a	66	59	61	60	62	65	43
Amb la meva parella	29	29	35	22	27	18	38
Familiars	13	16	12	19	16	11	29
Companys de feina	5	7	5	9	9	7	10
Amics	2	5	9	9	7	9	10

Base: Juguen a cada loteria
P11. Amb qui acostuma a jugar a les següents loteries?



TOT I QUE MAJORITARIAMENT ES JUGA SOL, ES COMPARTeix EL PROCÉS AMB FAMILIARS I AMICS

JUGAR SOL:

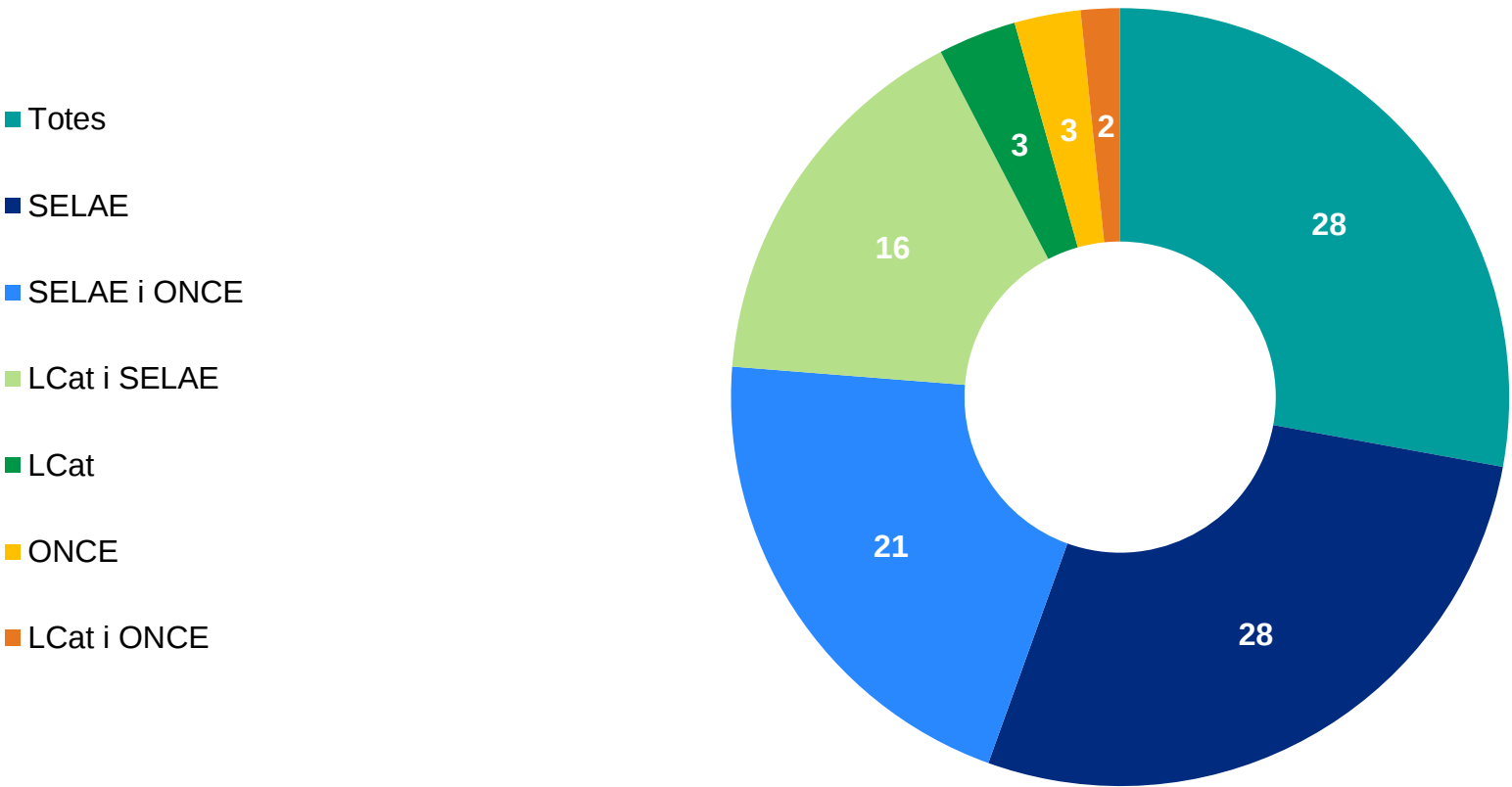
- **Major Autonomia:** control total sobre les decisions de joc: tria de números, jocs i la quantitat de diners que es desitgen gastar sense influència externa.
- **Menys Pressió Social:** No experimenten la pressió de grup o influència d'altres persones en prendre decisions de joc. Això pot ser beneficiós si desitges evitar decisions impulsives o seguir la teva pròpia estratègia.
- **Responsabilitat Individual:** Ets l'únic responsable del teu joc i els seus resultats. Això pot ajudar-te a mantenir un major control sobre el teu pressupost.

JUGAR ACOMPANYAT:

- **Socialització:** Jugant en companyia es compartir l'emoció del joc, discutir estratègies, etc.
- **Compartir Despeses:** les despeses es comparteixen entre els participants, la qual cosa pot permetre la compra de més butlletes o participació en jocs costosos o fins hi tot regalar butlletes.
- **Pressió Social:** D'altra banda, jugar en grup pot exercir certa pressió per unir-se a la compra de butlletes, fins i tot si no tens la intenció de fer-ho. Això pot portar a decisions impulsives.
- **Distribució de Premis:** Si guanyes en un joc de grup, els premis solen dividir-se entre els participants. La distribució de premis es pot basar en un acord previ o en la contribució financera de cada persona.

ELS JUGADORS DE LOTERIA ACOSTUMEN A JUGAR A DIFERENTS MARQUES A LA VEGADA

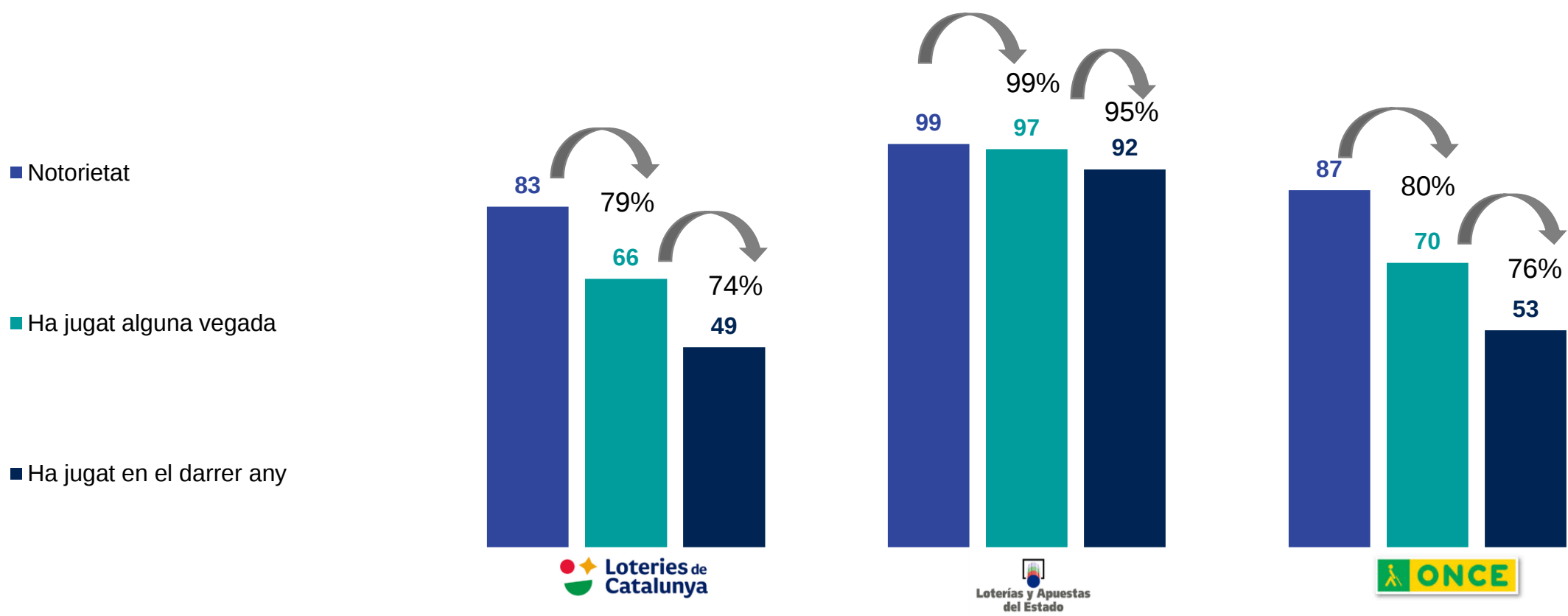
Les loteries de la SELAE són les que més es juguen en exclusivitat



P3. Quan va ser la darrera vegada que va jugar a cadascun dels següents tipus de loteria? - Base: Total jugadors (n=800)

SELAE ES LÍDER INDISCUTIBLE

LC i la Once presenten uns nivells de conversió de joc similars

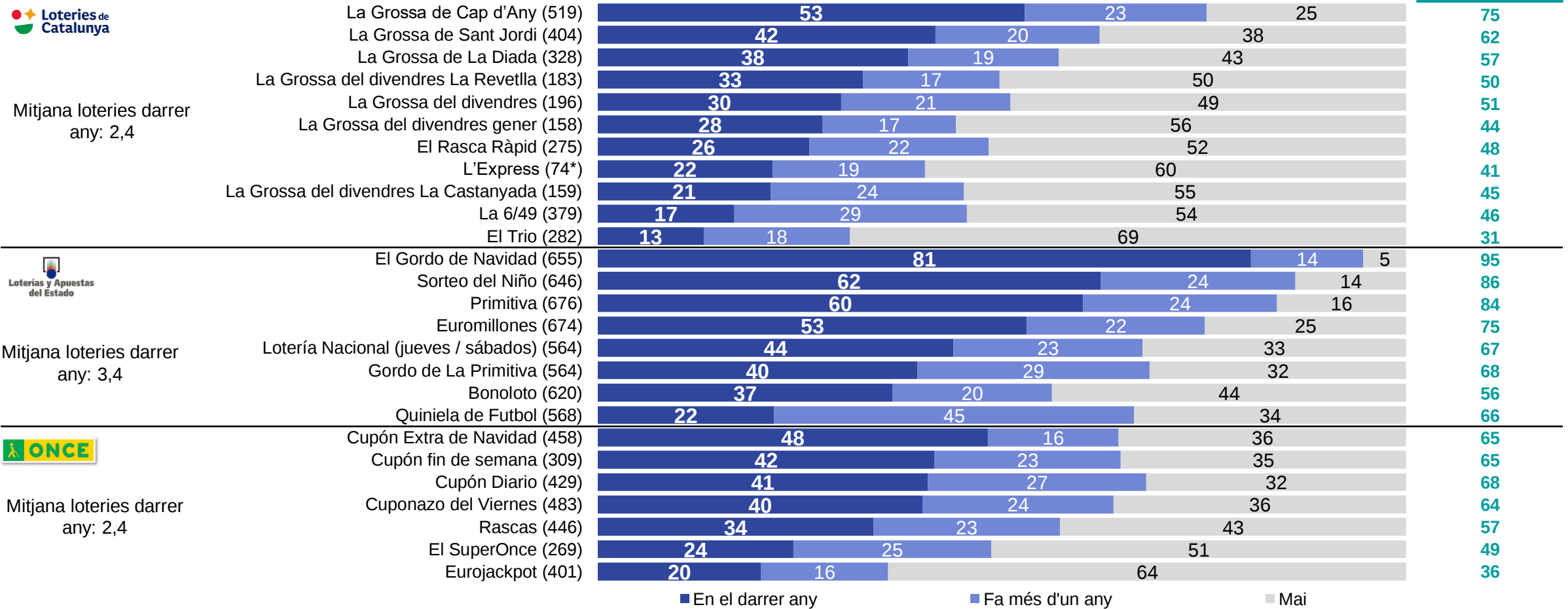


P2. Del següent llistat de loteries, quines coneix encara que no hi hagi jugat mai i les conegui només de nom? - Base: Total jugadors (n=800)
P3. Quan va ser la darrera vegada que va jugar a cadascun dels següents tipus de loteria? - Base: Total jugadors (n=800)

LES GROSSES, LES MÉS JUGADES DE LOTERIES DE LC

Les més populars són el Gordo, Sorteo del Niño, Primitiva y Cupón extra de Navidad

Jugadors de loteria

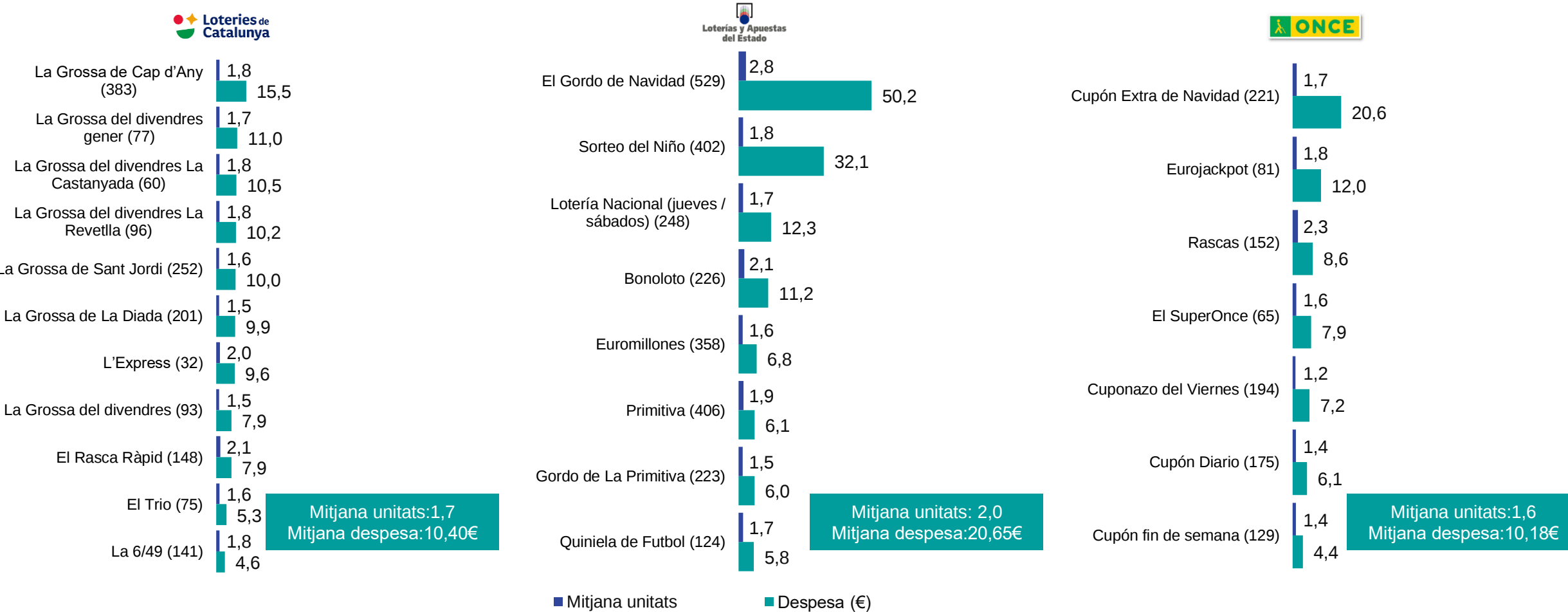


Base: Coneixen cada loteria

P3. Quan va ser la darrera vegada que va jugar a cadascun dels següents tipus de loteria?

LA MITJA D'UNITATS COMPRADA I LA DESPESA DE LC ÉS MENOR QUE LA DE SELAE TOT I QUE ESTÀ AL NIVELL DE L'ONCE

La despesa és més alta a les loteries en dates assenyalades

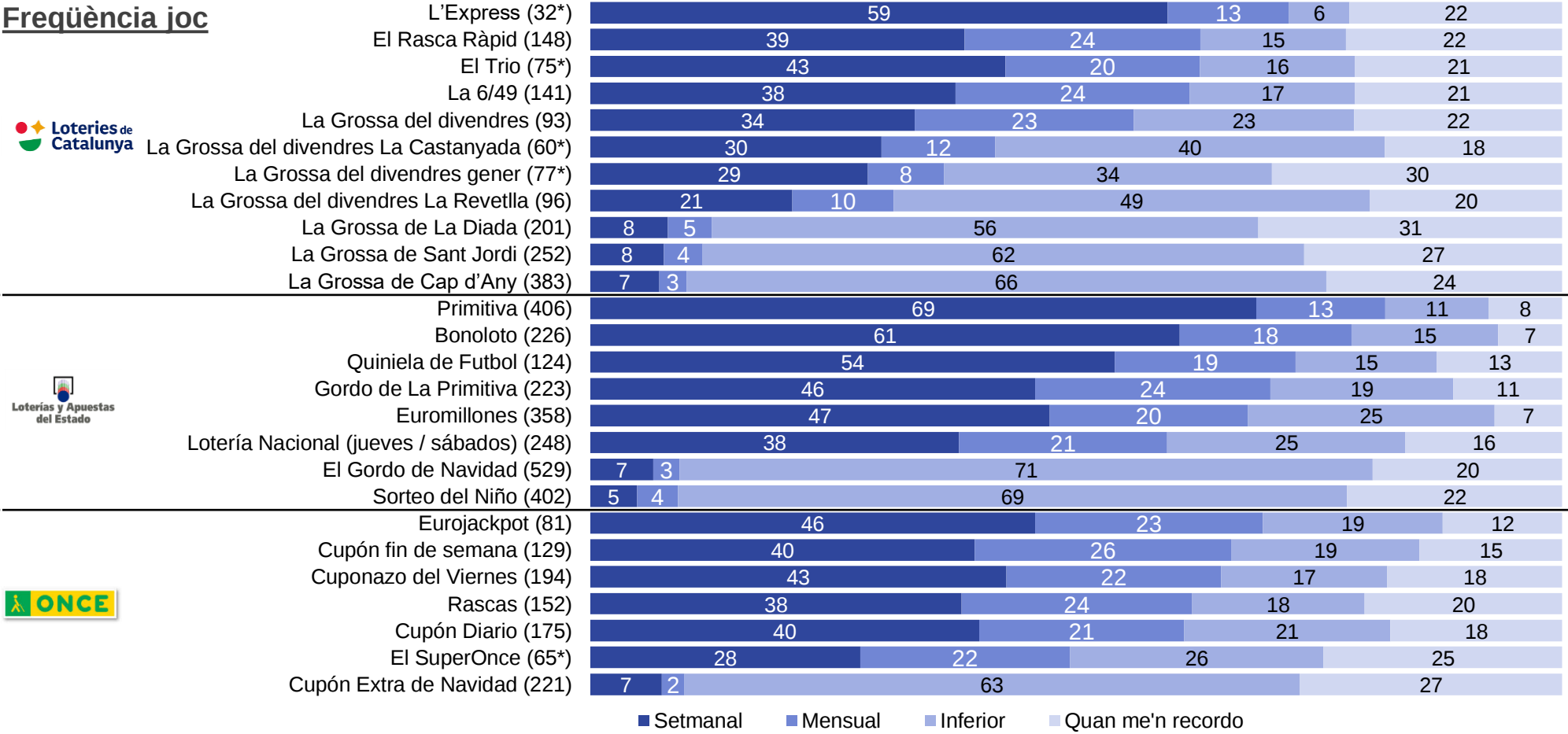


Base: Juguen a cada loteria
P7. Cada vegada que juga a les següents loteries, quants Cupons / Desens / Bitllets / Compres o Apostes fa vostè individualment? I de mitjana, quina despesa fa, comptant la totalitat de Cupons / Desens / Bitllets / Compres o Apostes)?

LES LOTERIES ACTIVES I LES INSTANTÀNIES LES QUE ES JUGUEN AMB MAJOR FREQÜÈNCIA

%

Freqüència joc



Base: Juguen a cada loteria
P6. Vostè ha indicat que juga a les següents loteries. Ens podria dir amb quina freqüència acostuma a jugar a cadascuna d'elles?

LES LOTERIES PASSIVES VS LES ACTIVES/ INSTANTANIES ES PERCEBEN I APORTEN COSES DIFERENTS

Els rasques han guanyat jugadors/es, sobretot del públic jove, oferint la possibilitat d'obtenir la recompensa de forma immediata sense les esperes associades a les loteries

LOTERIES PASSIVES

Les loteries sovint ofereixen sortejos regulars, la qual cosa permet als jugadors participar de manera regular i mantenir l' emoció.

- **Premis grans:** inclosos els pots acumulats.
- **Tradició i Ritual:** tradició arrelada i un ritual setmanal o mensual que agrega emoció a les seves vides.
- **Beneficis per a la Societat:** obres benèfiques i programes governamentals, la qual cosa beneficia la societat en general
- **Baixes Probabilitats de Guanyar:** pot resultar en una inversió a llarg termini sense guanys significatius.

JOCS DE RASCA I GUANYA

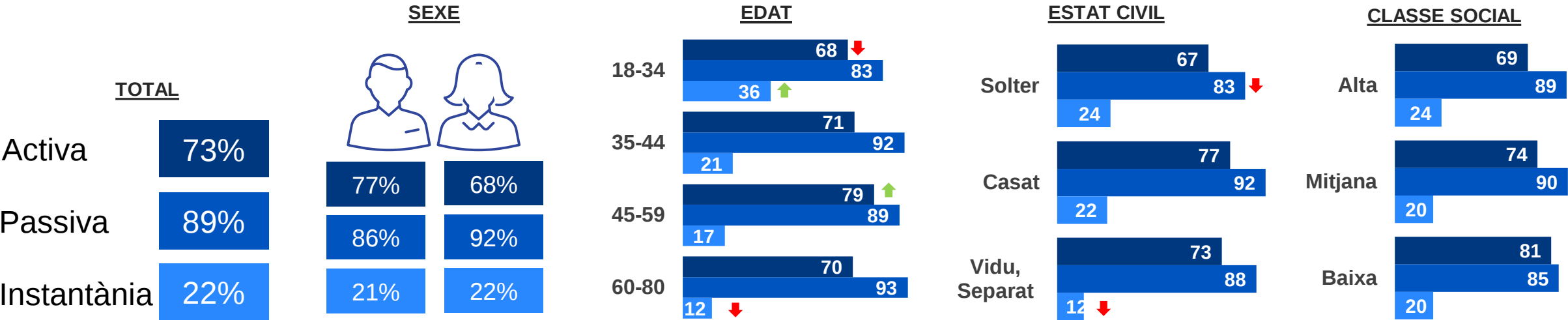
L'emoció és immediata, atractiu pel públic jove, però no brinden la mateixa emoció a llarg termini que s'experimenta amb l'anticipació dels sortejos de loteria.

- **Resultats Immediats:** resultats instantanis, la qual cosa agrega emoció immediata a l'experiència.
- **Varietat de Preus:** permet als jugadors triar segons les seves preferències.
- **Diversió Ràpida:** Són ideals per a persones que busquen una experiència de joc ràpida i emocionant sense haver d'esperar a sortejos futurs.
- **Premis Menors:** solen ser molt més baixos que els de les loteries.

ELS MÉS JOVES JUGUEN MÉS A LES LOTERIES INSTANTÀNIES I JUGUEN MENYS A LES ACTIVES

%

Perfil penetració loteries segons tipus de joc



Base: Total jugadors (n=800)
P3. Quan va ser la darrera vegada que va jugar a cadascun dels següents tipus de loteria?

ACTIVES	El SuperOnce, Eurojackpot, Primitiva, Bonoloto, Euromillones, Gordo de La Primitiva, Quiniela de Futbol, La 6/49, El Trio, L'Express
PASSIVES	Cupón Diario, Cuponazo del Viernes, Cupón fin de semana, Cupón Extra de Navidad, Lotería Nacional (jueves / sábados), El Gordo de Navidad, Sorteo del Niño, La Grosse de Cap d'Any, de Sant Jordi, de la Diada, del divendres, del divendres especial gener, de la Revetlla, de la Castanyada
INSTANTÀNIES	Rascas, El Rasca Ràpid

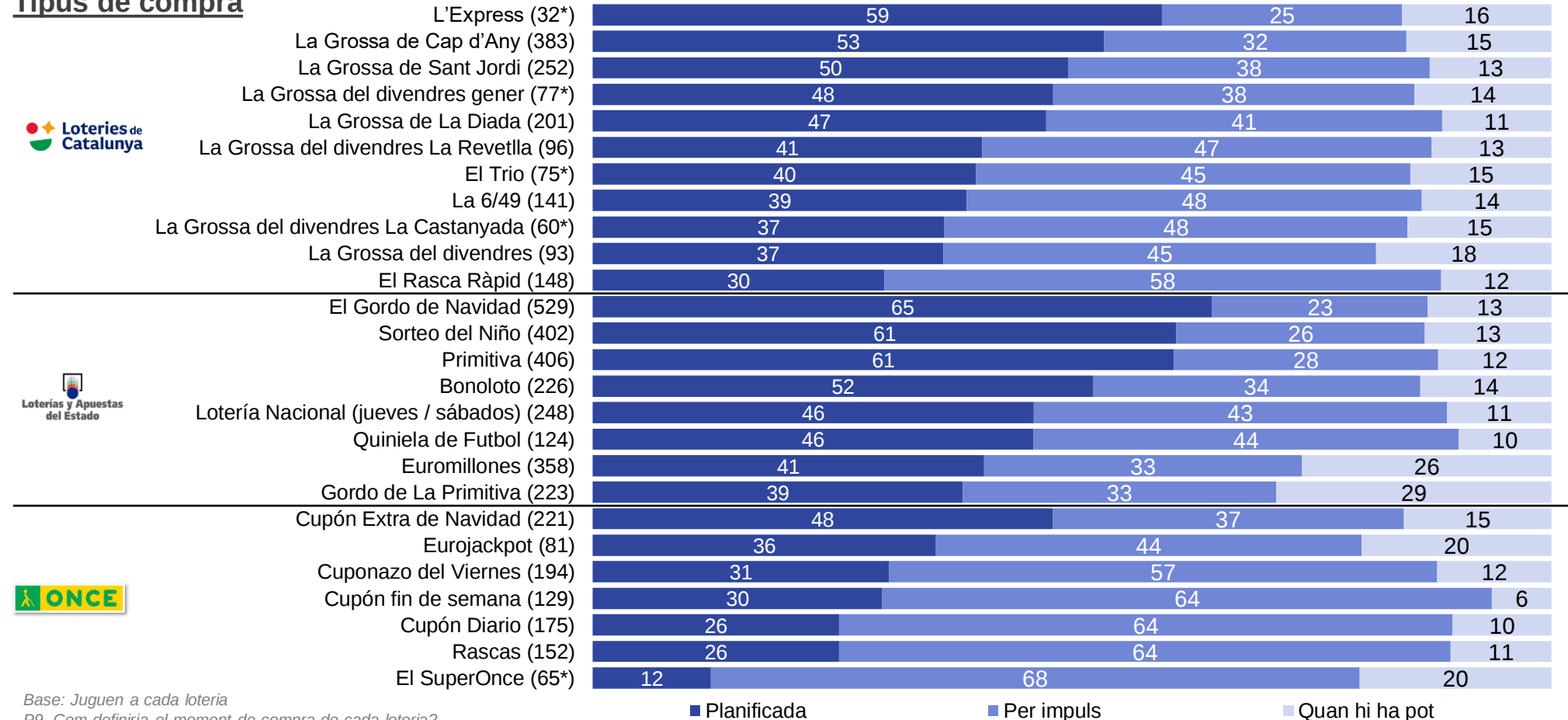


LES ACTIVES/INSTANTÀNIES, LES QUE MÉS ES COMPREN PER IMPULS

Entre les LC destaca El Rasca Ràpid com a compra impulsiva

%

Tipus de compra



Base: Juguen a cada loteria
P9. Com definiria el moment de compra de cada loteria?

ELS ESTANCS, ON MÉS ENS COMPREN

S'estén l'ús d'Internet, sobretot per loteries actives

	La 6/49	El Trio	El Rasca Ràpid	L'Express	La Grossa de Cap d'Any	La Grossa de Sant Jordi	La Grossa de La Diada	La Grossa del divendres	La Grossa del div. gener	La Grossa del div. La Revetlla	La Grossa del div. La Castanyada
	141	75*	148	32*	383	252	201	93	77*	96	60*
Establiments específics	35	37	37	22	31	26	30	37	40	31	37
Estancs	40	35	31	34	30	31	34	24	34	28	28
Supermercats	2	5	7	19	32	37	31	13	22	27	22
Quioscos	11	25	35	16	14	12	10	17	17	19	17
Internet	11	11	11	22	7	7	11	17	9	12	13
Bars	5	11	12	22	4	5	5	4	9	7	7

	Lotería Nacional (jue / sáb)	El Gordo de Navidad	Sorteo del Niño	Primitiva	Bonoloto	Euromillones	Gordo de La Primitiva	Quiniela de Fútbol
	248	529	402	406	226	358	223	124
Establiments específics	69	71	73	56	50	54	56	52
Estancs	18	18	15	20	26	20	23	27
Internet	15	13	10	24	27	25	22	22
Quioscos	9	8	7	8	7	7	8	13
Bars	9	13	11	3	3	3	5	5

	Cupón Diario	Cuponazo del Viernes	Cupón fin de semana	El SuperOnce	Eurojackpot	Rascas	Cupón Extra de Navidad
	175	194	129	65*	81	152	221
Establiments específics	56	59	59	54	47	43	70
Quioscos	23	20	22	20	16	23	15
Internet	9	10	12	19	24	13	9
Estancs	10	8	8	12	14	24	12

Base: Juguen a cada loteria

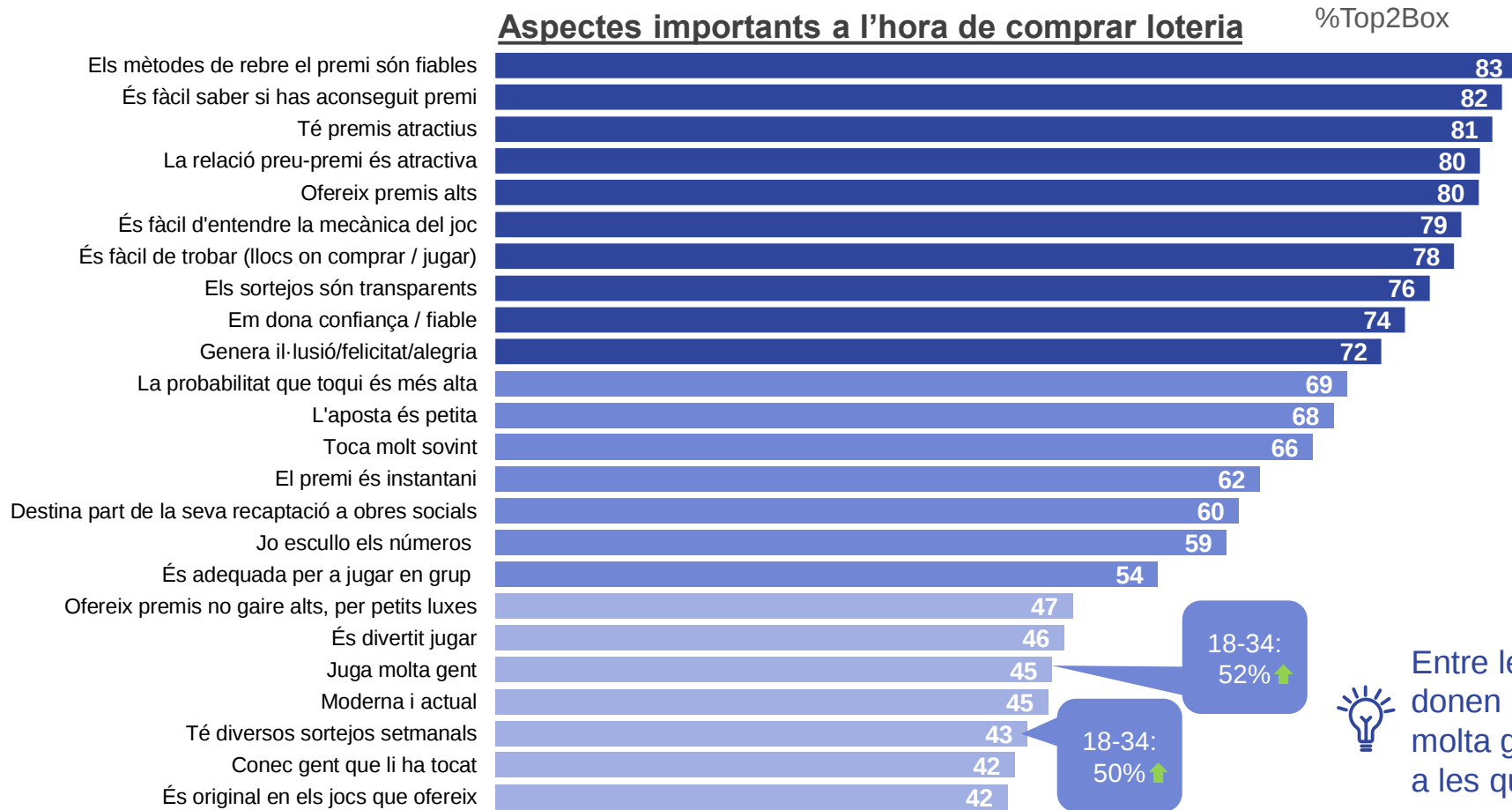
P10. On acostuma vostè a comprar les següents loteries?

Mitjana mencions
LCAT: 1,4
SELAE:1,3
ONCE: 1,2

DRIVERS D'ELECCIÓ DE LOTERIES

3

PROCESSOS FIABLES, SIMPLES, I PREMIS ATRACTIUS, EL MÉS IMPORTANT PELS JUGADORS



El que més es valora a l'hora de comprar loteria es que sigui un procés de compra segur i que la mecànica de saber si ha tocat el premi sigui simple i accessible.

Els premis i la relació preu premi son també fonamentals.

Els beneficis socials, son un afegit positiu, però no una motivació directe de compra.



Entre les distintes demandes, els joves donen més importància a que hi jugui molta gent i a loteries quelcom dinàmiques, a les que es pugui jugar setmanalment

Base: Total jugadors (n=800)

P13. Indica el grau d'importància que té per a vostè cadascun dels següents aspectes a l'hora de comprar loteria

“ELS MÈTODES DE REBRE EL PREMI SON FIABLES”, L'AFIRMACIÓ MÉS IMPORTANT QUE PERMET CONFIAR

- **Transparència i seguretat:** han de conèixer els procediments que se seguiran per fer efectiu el seu premi i confiar que les seves dades personals i financeres estaran protegides tant en el món online com físic.
- **Pagaments garantits:** rebre els diners sense demores ni complicacions. És essencial per mantenir la confiança dels jugadors i en la seva participació contínua.
- **Canals de comunicació clars:** i accessibles. Això inclou línies telefòniques d'atenció al client, correus electrònics de contacte i llocs web informatius.
- **Procediments senzills:** Els guanyadors no volen veure's atrapats en tràmits burocràtics complicats ni enfrontar obstacles innecessaris. La simplicitat en el procés de pagament és essencial.
- **Temps de pagament raonables:** volen rebre els seus diners en un termini raonable després de guanyar, sense llargues esperes que puguin generar frustració o desconfiança.
- **Testimonis i experiències positives:** Això proporciona proves tangibles que el procés funciona adequadament.



“ES FACIL SABER SI HAS ACONSEGUIT PREMI”, TAMBÉ ES VALORA DE FORMA RELLEVANT ON CADA VEGADA ES DEMANDA UNA COMUNICACIÓ MÉS BIDIRECCIONAL

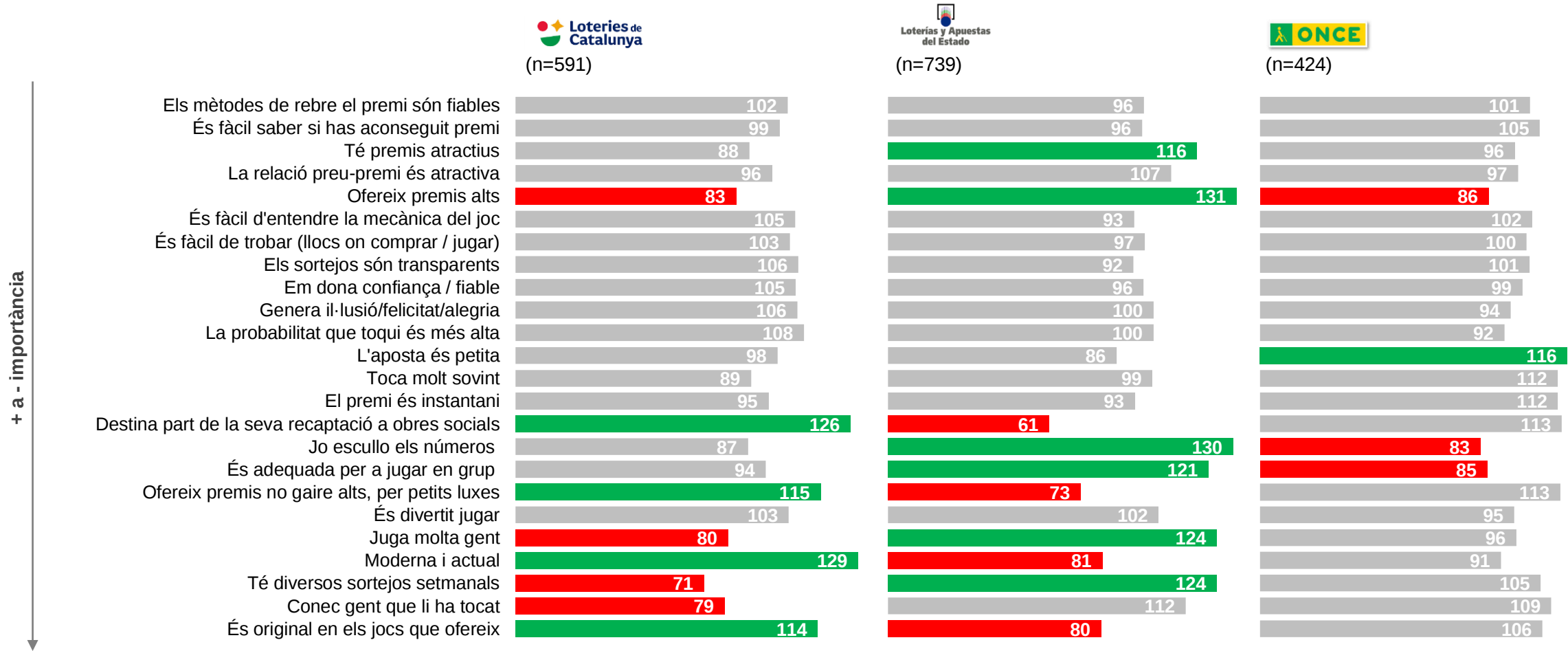
Algunes de les propostes que valoren positivament els jugadors:

- **Plataformes en línia:** Oferir notificacions per correu electrònic o missatges de text com la LAE.
- **Escaneig de codis:** Proporcionar un codi QR o un codi de barres a les butlletes de loteria que els jugadors poden escanejar amb els seus telèfons mòbils per verificar si han guanyat.
- **Terminals de loteria:** Col·locar terminals de verificació en botigues de loteria i altres punts de venda perquè els jugadors puguin escanejar les seves butlletes allà mateix.
- **Missatges clars:** En totes les butlletes i materials promocionals, incloure instruccions clares sobre com verificar els resultats i reclamar premis.
- **Xarxes socials i mitjans de comunicació:** per anunciar els números guanyadors i proporcionar informació sobre premis.
- **Servei al client:** servei accessible per respondre preguntes dels jugadors i ajudar-los a verificar si han guanyat.

APORTA RAPIDESA I HUMANITZA LA RELACIÓ



SELAE ÉS LA QUE MÉS S'ASSOCIA ALS ATRIBUTS IMPORTANTS



Base: Juguen a cada loteria
P14. A quines loteries associa les següents afirmacions?

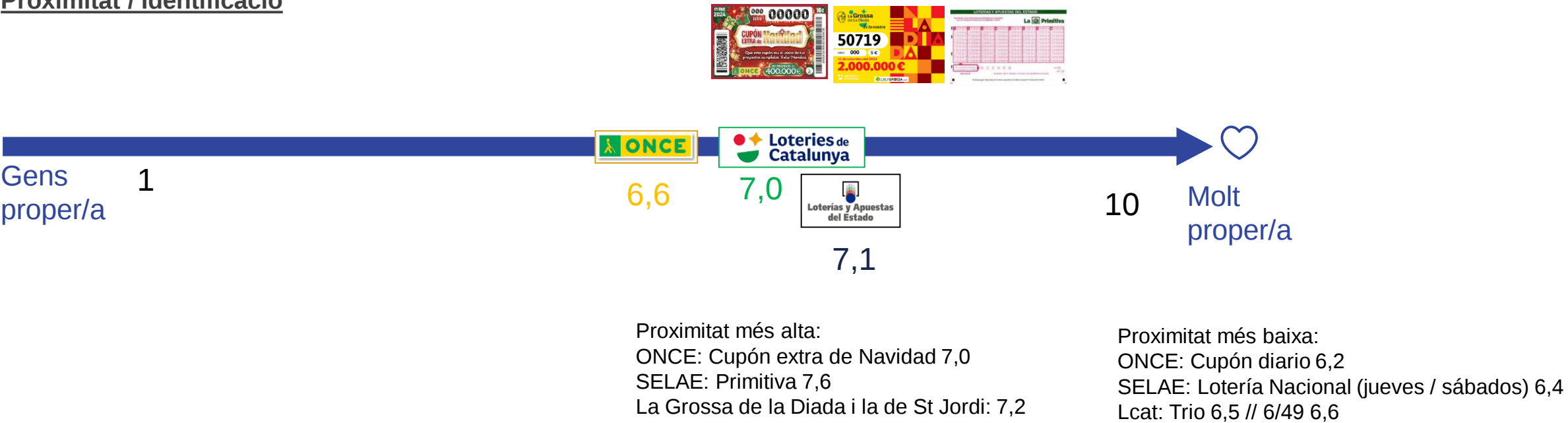
FORTALESES: >120
DEBILITATS: < 80

NO HI HA UN GRAN LLIGAM EMOCIONAL AMB LES DIFERENTS LOTERIES

De les LC, a la que més propers es senten es a la de la Diada, la qual, es relaciona amb la catalanitat

%

Proximitat / Identificació

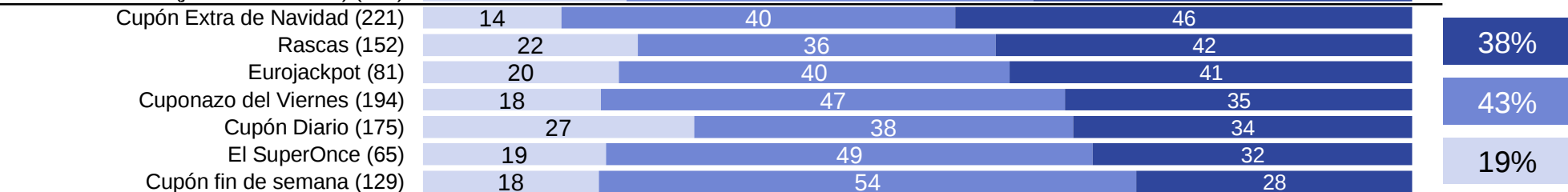
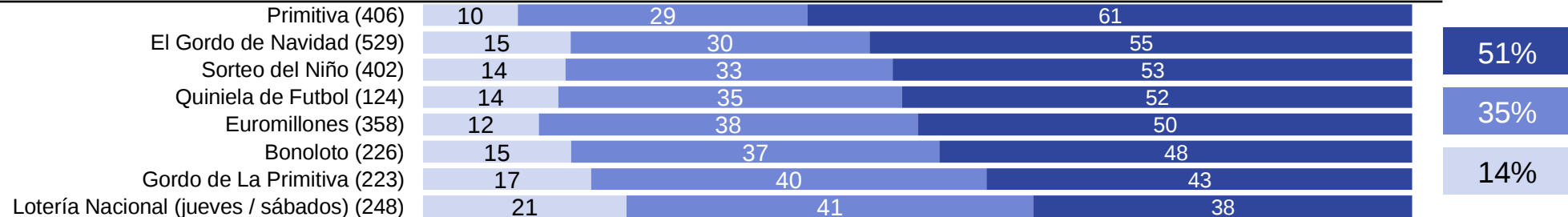
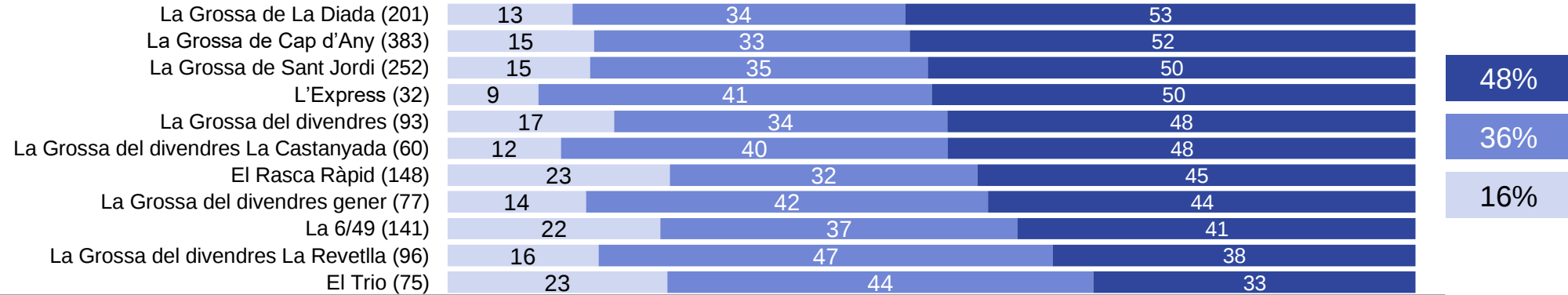


Base: Juguen a cada loteria
P15. Fins a quin punt se sent identificat o emocionalment proper a cadascuna de les següents loteries?

ELS JUGADORS SE SENTEN MÉS PROPERS A LES LOTERIES SELAE

De les LC, aquelles lligades a dates especials amb un component emocional són les més properes

Proximitat / Identificació



Base: Juguen a cada loteria

P15. Fins a quin punt se sent identificat o emocionalment proper a cadascuna de les següents loteries?

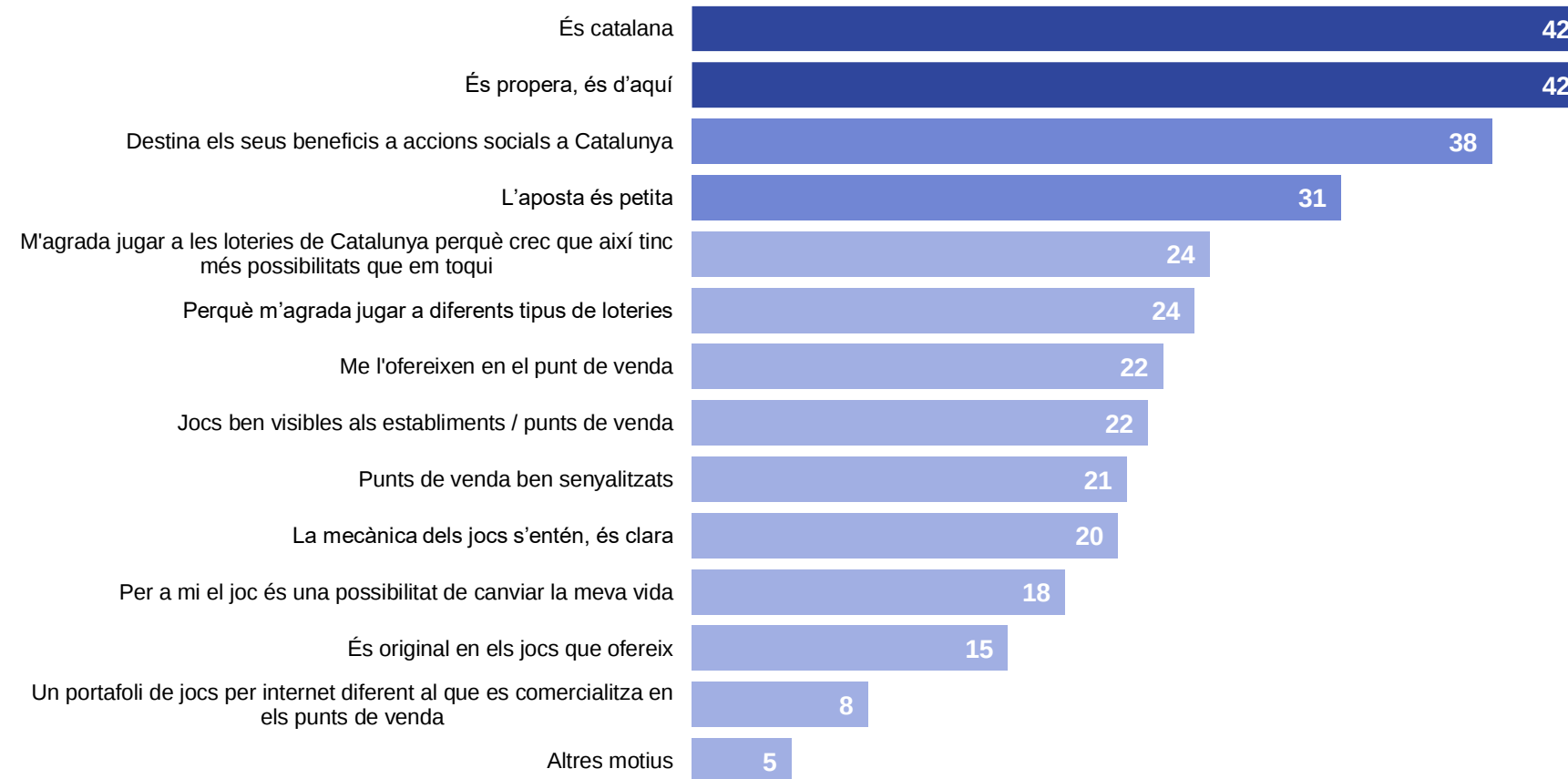
LA PRIMITIVA S'HA CONVERTIT EN UN REFERENT AL PAÍS, INCLÚS PER SOBRE DEL "GORDO DE NAVIDAD", TOCANT L'EMOCIÓ DELS JUGADORS PER DIVERSES RAONS:

- **Història:** La Primitiva té una llarga història que es remunta a l'any 1763, quan es va celebrar el primer sorteig. Aquesta rica herència històrica ha contribuït al seu estatus com un referent en el món de les loteries a Espanya.
- **Tradició:** La Primitiva forma part de la tradició cultural d'Espanya. Els sortejos es realitzen dos cops per setmana, cosa que crea una expectació constant i un hàbit arrelat en la societat espanyola.
- **Grans premis:** La Primitiva ofereix la possibilitat de guanyar premis significatius, incloent pots milionaris que atrauen l'atenció de milions de persones. Aquests pots han canviat la vida de nombrosos guanyadors i han generat històries inspiradores al llarg dels anys.
- **Popularitat:** És un dels jocs de loteria més populars a Espanya i compta amb una base de jugadors lleials. Això es deu en part a la seva accessibilitat i a les diferents modalitats de joc que ofereix.
- **Innovació i adaptació:** Al llarg dels anys, la Primitiva ha incorporat noves modalitats de joc i tecnologies per mantenir-se actualitzada i atractiva per als jugadors.

És tant potent la popularitat del joc de la Primitiva que acaba arribant a tothom, tot i no jugar-hi.

QUE ÉS CATALANA I EL SENTIMENT DE PROXIMITAT ELS PRINCIPALS MOTIUS PER COMPRAR LC

També destaca que destina els beneficis socials a Catalunya

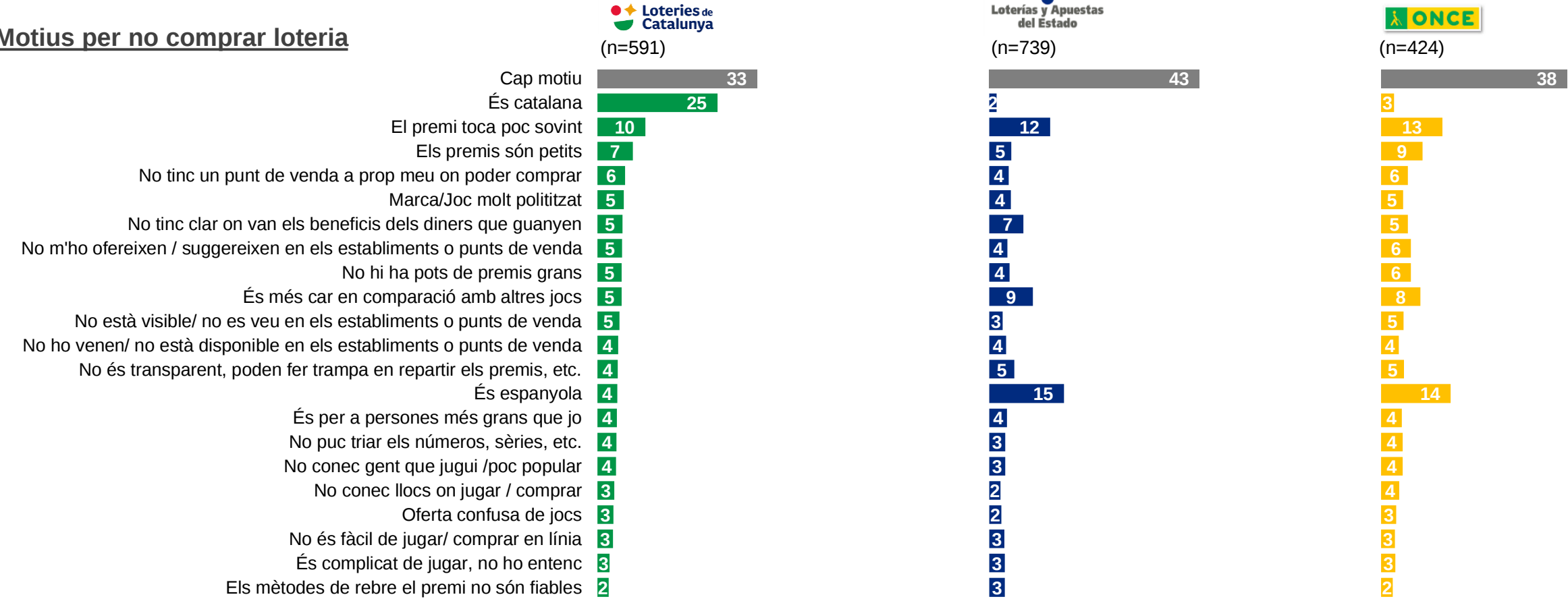


Base: Total jugadors LC (n=591)

P29. Quins són els motius que et porten o et portarien a comprar algun dels jocs de Loteries de Catalunya?

TOT I QUE ÉS EL PRINCIPAL MOTIU PROJECTAT PER NO JUGAR-HI

Motius per no comprar loteria

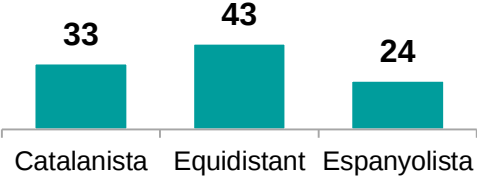


Base: Juguen a cada loteria
P16. A continuació trobarà una llista amb possible motius pels que algunes persones no juguen o no juguen tant a determinades loteries. Per a cadascuna de les següents frases indiqui si s'apliquen a les loteries que vostè juga o podria jugar.

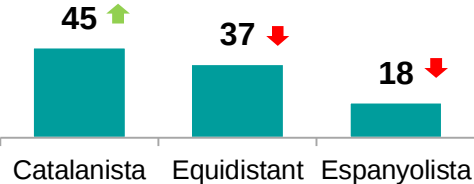


ELS JUGADORS QUE ES CONSIDEREN CATALANS JUGUEN MÉS A LOTERIES DE CATALUNYA

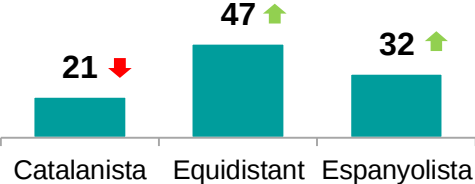
SENTIMENT DE
PERTANYENÇA
TOTAL MOSTRA



SENTIMENT DE
PERTANYENÇA
ENTRE JUGADORS DE
LC



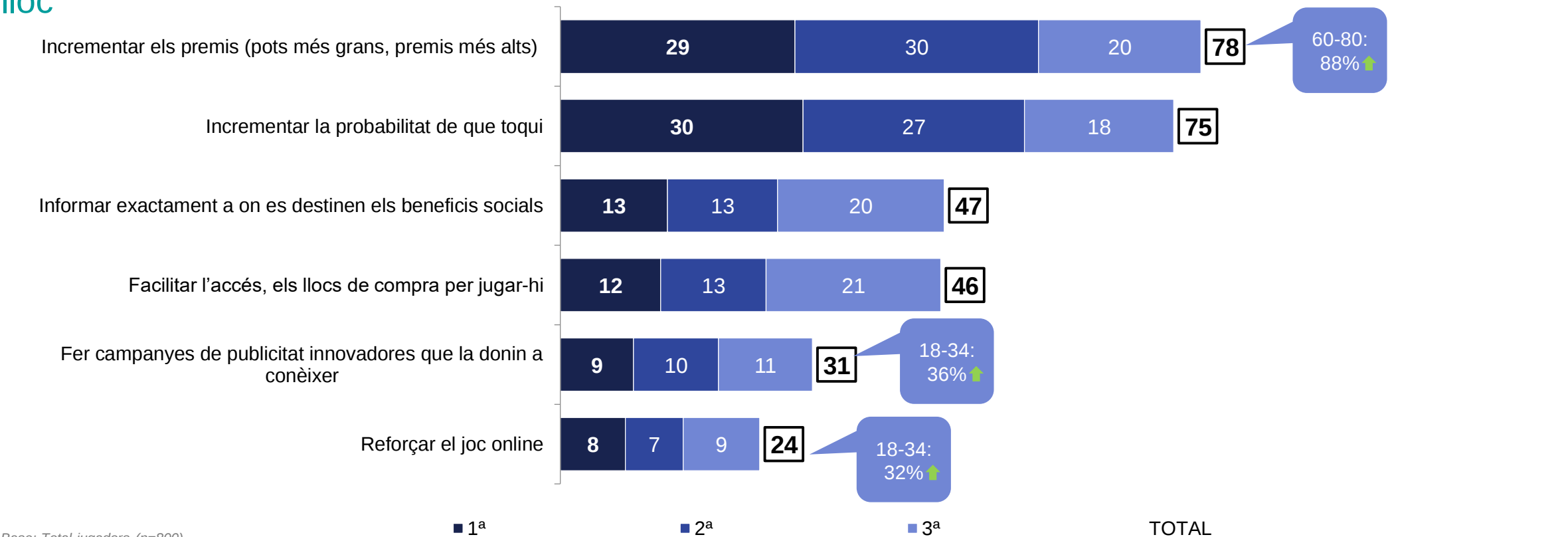
SENTIMENT DE
PERTANYENÇA ENTRE
NO JUGADORS DE LC



D2. Amb quina de les següents frases et sent més identificat/ada

LA DEMANDA DE MILLORA ÉS CLARA: INCREMENTAR ELS PREMIS I LA PROBABILITAT DE GUANYAR

Informar sobre la destinació dels beneficis socials i facilitar els llocs de compra es situen en segon lloc



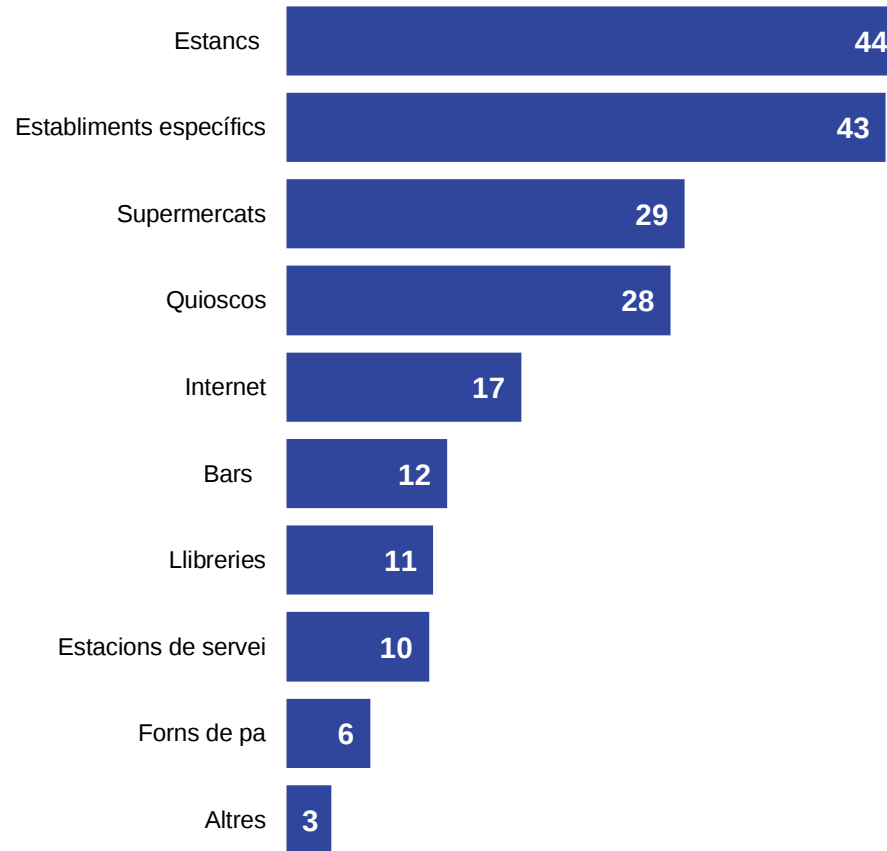
Base: Total jugadors (n=800)
P31. Quines 3 actuacions hauria de prioritzar Loteries de Catalunya perquè es convertís en la seva loteria ideal?



NO HI HA UNA IMATGE CLARA D'ON ES COMPREN LES LC

Els estancs són l'establiment que més està al top of mind, així com els supermercats

%



No obstant, també es considera la possibilitat de que es vengui a establiments específics

Base: Jugadors LC (n=591)

P30. Si vostè volgués comprar algun dels jocs de Loteries de Catalunya on aniria a comprar-la?

VÍA ONLINE

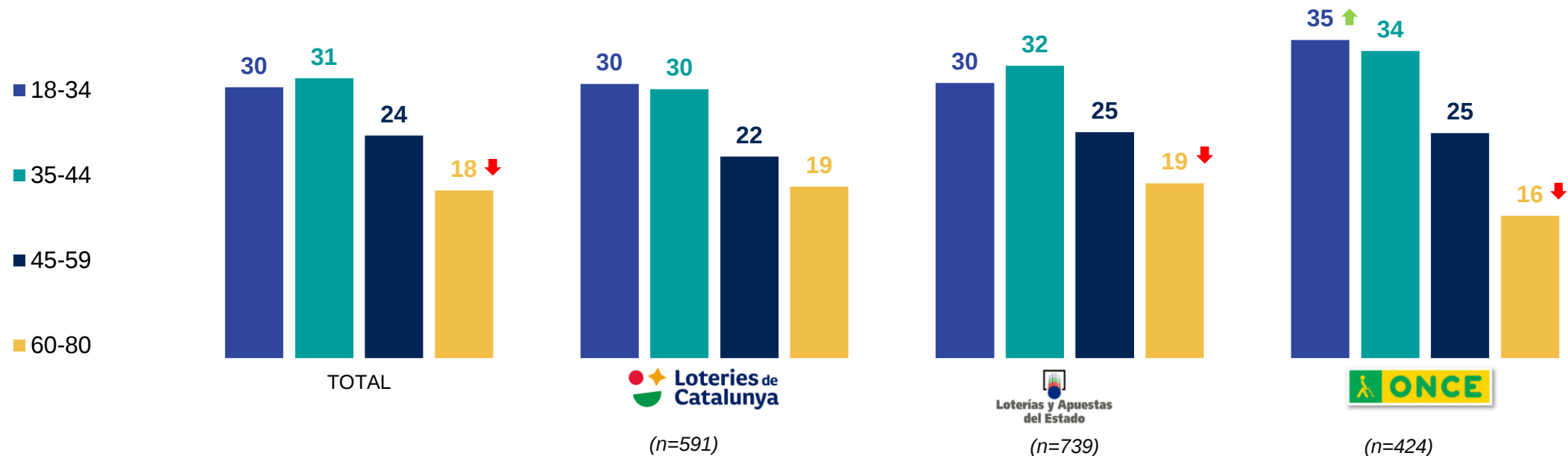
Compra actual i compra futura

4

UNA QUARTA PART DELS JUGADORS HA COMPRAT LOTERIA PER INTERNET, SENT ELS JOVES ELS QUE MÉS HO FAN

%

Han comprat
loteria per internet



Base: Jugadors de loteria (n=800)
P10. On acostuma vostè a comprar les següents loteries? Internet

Dif. 95% respecte al total ↓ ↑

TOT I HAVER EXPERIMENTAT UN CREIXEMENT SIGNIFICATIU EN ELS ÚLTIMS ANYS, ENCARA PRESENTA ALGUNES BARRERES EN COMPARACIÓ AMB LES BOTIGUES FÍSIQUES A LES QUE CAL FER FRONT:

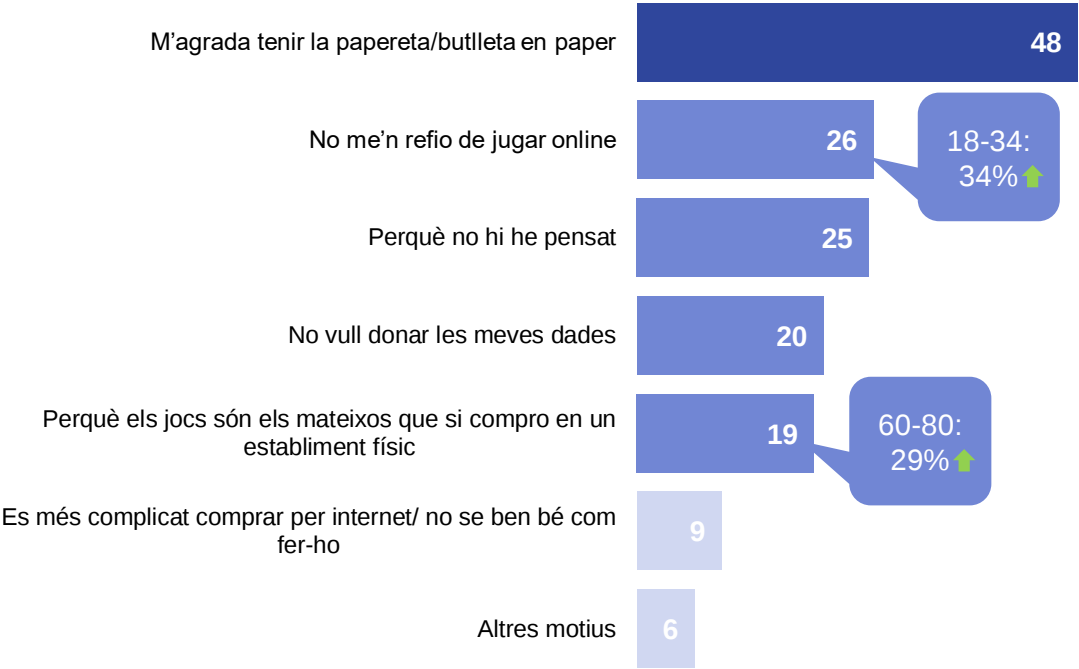
- **Falta de confiança:** Algunes persones encara desconfien de realitzar transaccions en línia, especialment quan es tracta de jocs d'atzar. Poden preocupar-se per la seguretat de les seves dades personals i financeres.
- **Falta de coneixement:** poden no estar al cas de l'opció de comprar loteries en línia o poden no estar segures de com fer-ho.
- **Tradició i hàbits:** Per a algunes persones, la compra de loteries en botigues físiques és una tradició arrelada que han seguit durant anys. Canviar a la compra en línia pot requerir un ajust en els seus hàbits de joc.
- **Seguretat:** Hi ha preocupació sobre la seguretat de la informació personal i financera quan es compra en línia, cosa que fa que algunes persones prefereixin evitar-ho.



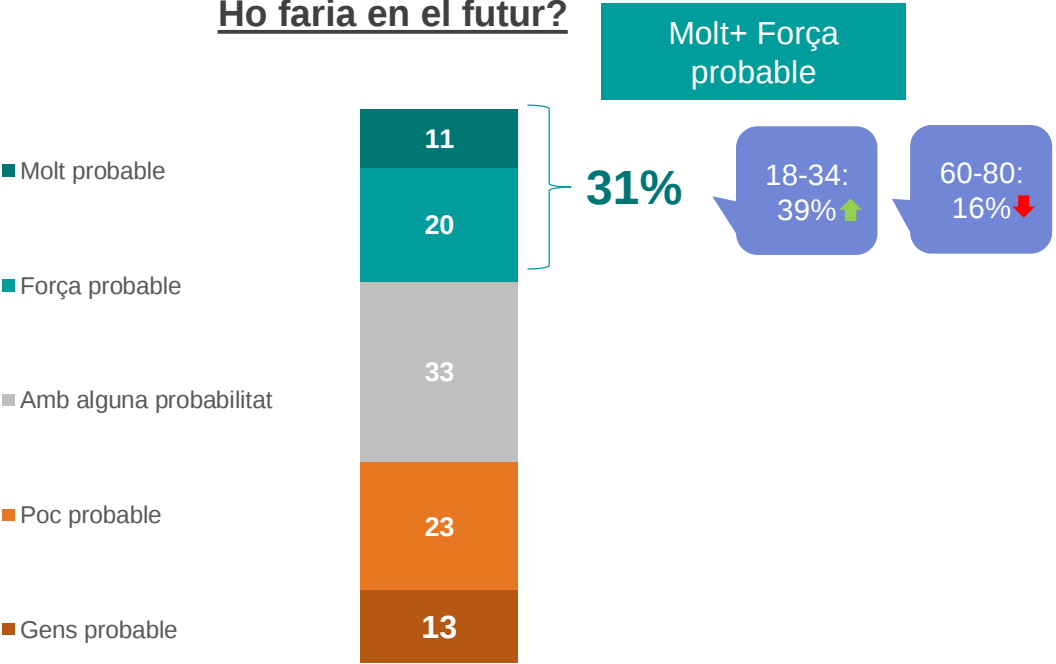
EL PRINCIPAL MOTIU PER NO COMPRAR PER INTERNET ÉS LA PREFERÈNCIA DE TENIR LA BUTLLETA EN PAPER

%

Motius per no comprar per internet



Ho faria en el futur?



↓ ↑ Dif. 95% respecte al total

Base: No compren loteria per internet (n=592)

P18. Vostè ha indicat que actualment no compra loteria per internet. Ens podria indicar els motius? / P19. Vostè ha indicat que actualment no compra loteria per internet. Ens podria dir si estaria disposat a comprar-ne en el futur?

LA CONNEXIÓ EMOCIONAL AMB LA BUTLLETA FÍSICA FA QUE EL CAMÍ CAP AL MÓN ONLINE SIGUI MÉS DIFÍCIL

La gran majoria respon que els agrada seguir tenint la butlleta en paper per:

Experiència tàctil: Algunes persones gaudeixen de la sensació de tenir un bitllet de loteria físic a les seves mans. Els agrada l'experiència de raspar, marcar o verificar el bitllet ells mateixos.

Resistència al canvi: Les persones poden ser reàcties a abandonar una forma de comprar loteria amb la qual estan familiaritzades i còmodes.

Desconnexió digital: En un món cada vegada més digital, algunes persones valoren l'oportunitat de desconnectar de la tecnologia i gaudir d'una experiència més tradicional.

Col·leccionisme: Per a alguns, els bitllets de loteria es converteixen en objectes de col·lecció. Poden guardar bitllets especials o commemoratius com a records.

Regals i obsequis: Els bitllets de loteria físics són populars com regals i obsequis en ocasions especials com aniversaris, casaments i altres celebracions.

Suport local: Alguns compren loteria en botigues locals pot ser una forma de donar suport als negocis locals i a la comunitat.

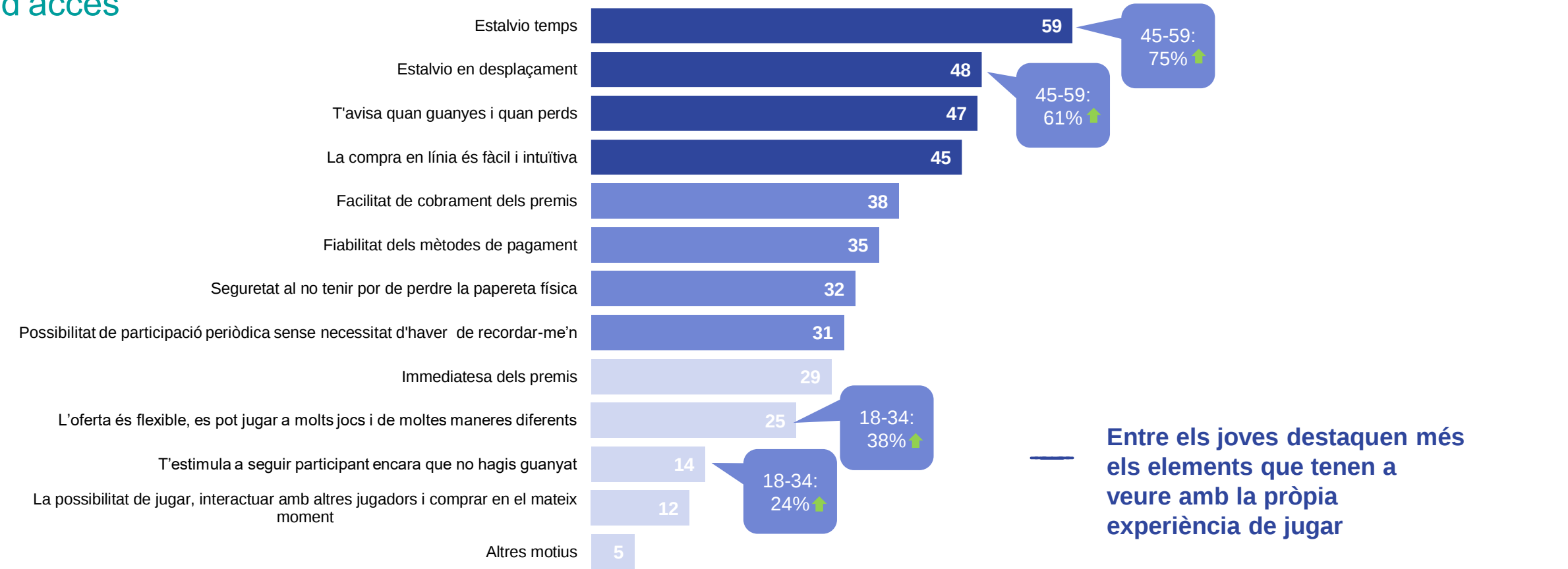
Sentiment de sort: Alguns creuen que tocar i sostenir un bitllet de loteria físic augmenta les seves possibilitats de guanyar. Això pot ser una superstició arrelada en la cultura.

Connexió emocional: Els bitllets de loteria físics poden estar associats a moments emocionals i records personals, cosa que els fa més valuosos sentimentalment.

Evitar problemes tècnics: Algunes persones poden preocupar-se per problemes tècnics o errors en línia que podrien impedir-los participar en un sorteig.

ELS PRINCIPALS MOTIUS PER COMPRAR PER INTERNET SÓN L'ESTALVI DE TEMPS I DESPLAÇAMENT

També són importants per als jugadors el fet que et permet estar sempre informat i la facilitat d'accés



Entre els joves destaquen més els elements que tenen a veure amb la pròpia experiència de jugar

Base: Compren loteria per internet (n=208)
P17. Vostè ha indicat que ha comprat alguna loteria per internet. Ens podria dir quin són els motius que fan que vostè prefereixi fer compra de loteria online?



ESPECIALMENT PER ALS JUGADORS MÉS GRANS

Els joves, valoren de l'online una oferta flexible, la possibilitat de jugar de formes diferents → maneres de jugar més entretingudes.

%

	TOTAL	18-34	35-44	45-59	60-80
Base:	208	55*	55*	72*	26**
Estalvio temps	59	44 ↓	47 ↓	75 ↑	69
Estalvio en desplaçament	48	35	40	61 ↑	54
T'avisava quan guanyes i quan perds	47	36	51	46	65 ↑
La compra en línia és fàcil i intuïtiva	45	38	44	50	50
Facilitat de cobrament dels premis	38	33	33	42	46
Fiabilitat dels mètodes de pagament	35	35	38	32	39
Seguretat al no tenir por de perdre la papereta física	32	33	26	32	46
Possibilitat de participació periòdica sense necessitat d'haver de recordar-me'n	31	35	29	29	31
Immediatesa dels premis	29	24	31	35	23
L'oferta és flexible, es pot jugar a molts jocs i de moltes maneres diferents	25	38 ↑	18	21	23
T'estimula a seguir participant encara que no hagi guanyat	14	24 ↑	11	13	4
La possibilitat de jugar, interactuar amb altres jugadors i comprar en el mateix moment	12	16	11	13	4
Altres motius	5	2	9	6	4

Base: Compren loteria per internet (n=208)
P17. Vostè ha indicat que ha comprat alguna loteria per internet. Ens podria dir quin són els motius que fan que vostè prefereixi fer compra de loteria online?

↓ ↑ Dif. 95% respecte al total

RETAIL

5



ELS JUGADORS DE LOTERIES ELS COSTA RECONÈIXER ELS ESTABLIMENTS ON COMPRAR LC

Un dels desavantatges que fa front LC envers als jugadors de loteries en general, és la **manca de claredat en la identificació dels punts de venda de LC** en comparació amb d'altres, com l'ONCE o la SELAE (Loteries i Apostes de l'Estat)



TOT I AIXÍ, LES PORTES D'ENTRADA PER TENIR LC EN ELS ESTABLIMENTS DEPÈN DE LA INTENCIÓ DEL VENEDOR

- **Iniciativa pròpia del venedor/a:**

Com una estratègia per diversificar les seves fonts d'ingressos. Reconeixen la popularitat d'aquests productes i creuen que poden atreure més clients als seus negocis.

- **Traspàs del local:**

Si un establiment canvia de propietari o responsable i el local ja tenia la tradició de vendre loteries, és probable que el nou propietari continuï amb aquesta pràctica. Els clients ja estan acostumats a comprar en aquest lloc, cosa que facilita la transició i la continuïtat de la venda de loteries.

- **Demanda dels clients:**

En molts casos, els clients demanen la venda de loteries i jocs d'atzar en aquests establiments. Els venedors poden rebre sol·licituds recurrents dels seus clients, cosa que pot impulsar la seva decisió d'oferir aquests productes per satisfer la demanda local.

- **Visites de comercials:**

De vegades, els comercials visiten aquests establiments per promoure la venda dels seus productes.



TENIR LC NO DEIXA DE SER UN MÉS A MÉS EN EL NEGOCI PRINCIPAL

Rol de servei: Per a molts es considera un servei addicional per atraure clients i mantenir la lleialtat dels existents, en lloc d'una font principal d'ingressos.

Espai i recursos limitats: Els quioscos, bars, llibreries i estancs són establiments que tenen un espai físic limitat. Dedicar una part d'aquest espai per a l'exhibició i venda de loteries i rasca-rasques implica oportunitats perdudes per a altres productes que podrien generar majors marges de guany.

Comissió limitada: Els venedors de loteries rebre una comissió relativament petita. Aquesta comissió generalment no representa un marge de guany significatiu per al venedor.

Competència i costos d'adquisició: La venda de loteries i rasca-rasques competeix amb altres establiments i plataformes en línia que ofereixen jocs semblants. Els costos físics per mantenir aquest servei de venda poden afectar encara més els marges de guany dels venedors físics. A més cada cop s'imaginen una migració de clients sobre tot joves, cap al canal online

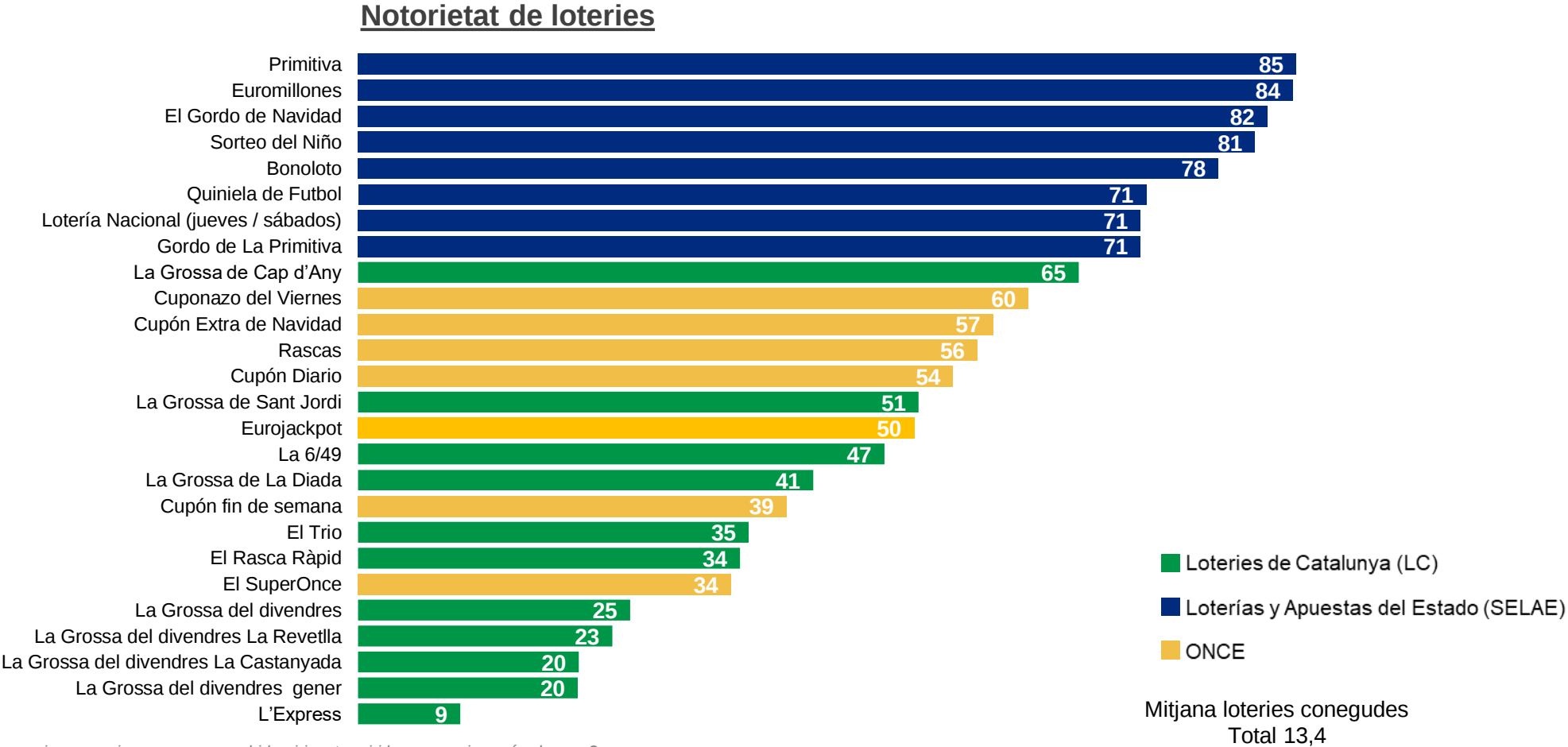
ANNEX

6

LES LOTERIES DE LA LAE SÓN LES MÉS CONEGUDES. LA GROSSA DE CAP D'ANY MÉS CONEGUDA QUE LES DE L'ONCE

Les loteries de Nadal, en general, les que més es coneixen de totes les marques

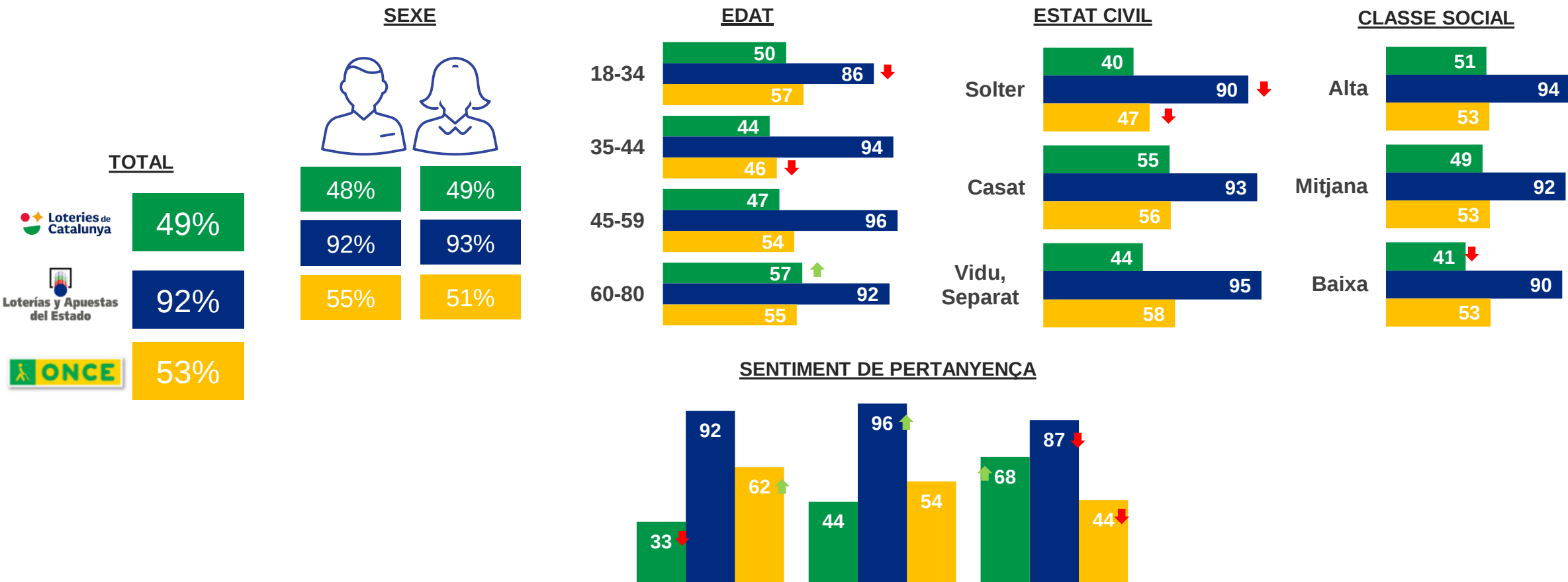
%



Base: Total jugadors (n=800)
P2. Del següent llistat de loteries, quines coneix encara que no hi hagi jugat mai i les conegui només de nom?

PER LES LC, EL PERFIL DE JUGADOR ES MÉS GRAN +60 I CATALANISTA

Perfil penetració loteries segons marca

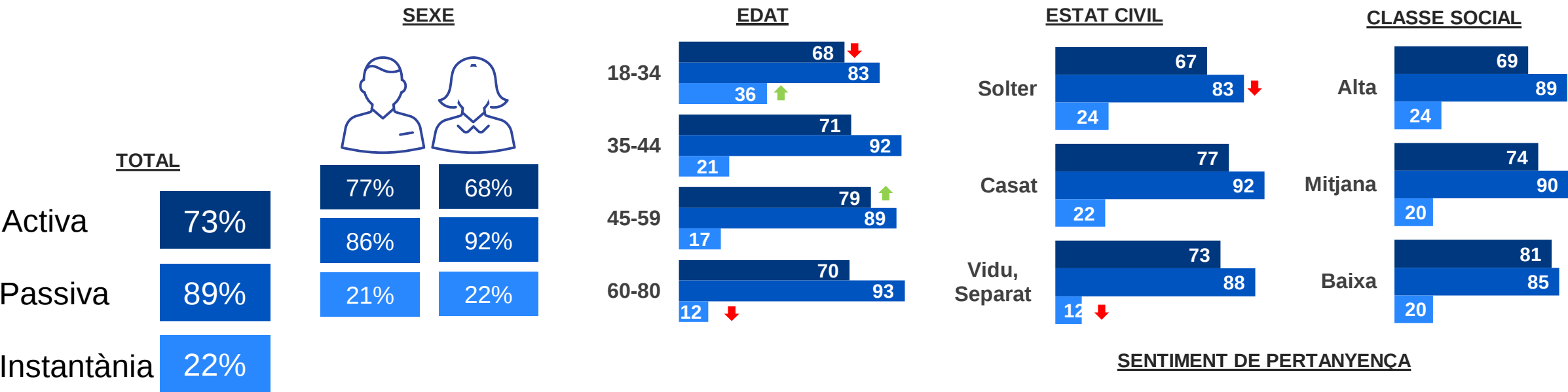


Base: Total jugadors (n=800)
P3. Quan va ser la darrera vegada que va jugar a cadascun dels següents tipus de loteria?

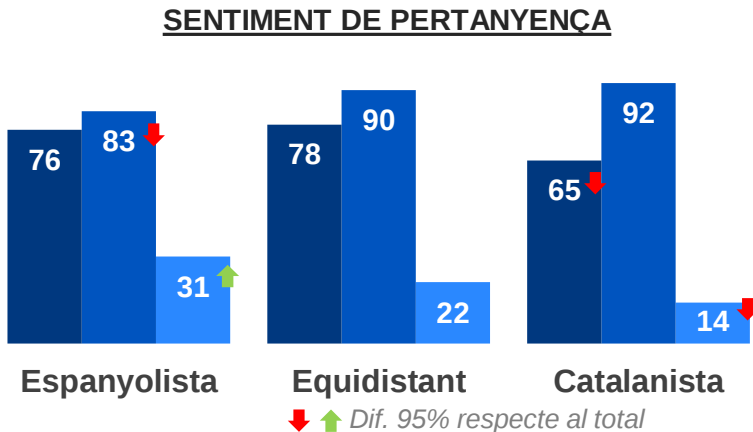
↓ ↑ Dif. 95% respecte al total

ELS MÉS JOVES JUGUEN MÉS A LES LOTERIES INSTANTÀNIES I JUGUEN MENYS A LES ACTIVES

Perfil penetració loteries segons tipus de joc



ACTIVES	El SuperOnce, Eurojackpot, Primitiva, Bonoloto, Euromillones, Gordo de La Primitiva, Quiniela de Futbol, La 6/49, El Trio, L'Express
PASSIVES	Cupón Diario, Cuponazo del Viernes, Cupón fin de semana, Cupón Extra de Navidad, Lotería Nacional (jueves / sábados), El Gordo de Navidad, Sorteo del Niño, La Grossa de Cap d'Any, de Sant Jordi, de la Diada, del divendres, del divendres especial gener, de la Revetlla, de la Castanyada
INSTANTÀNIES	Rascas, El Rasca Ràpid

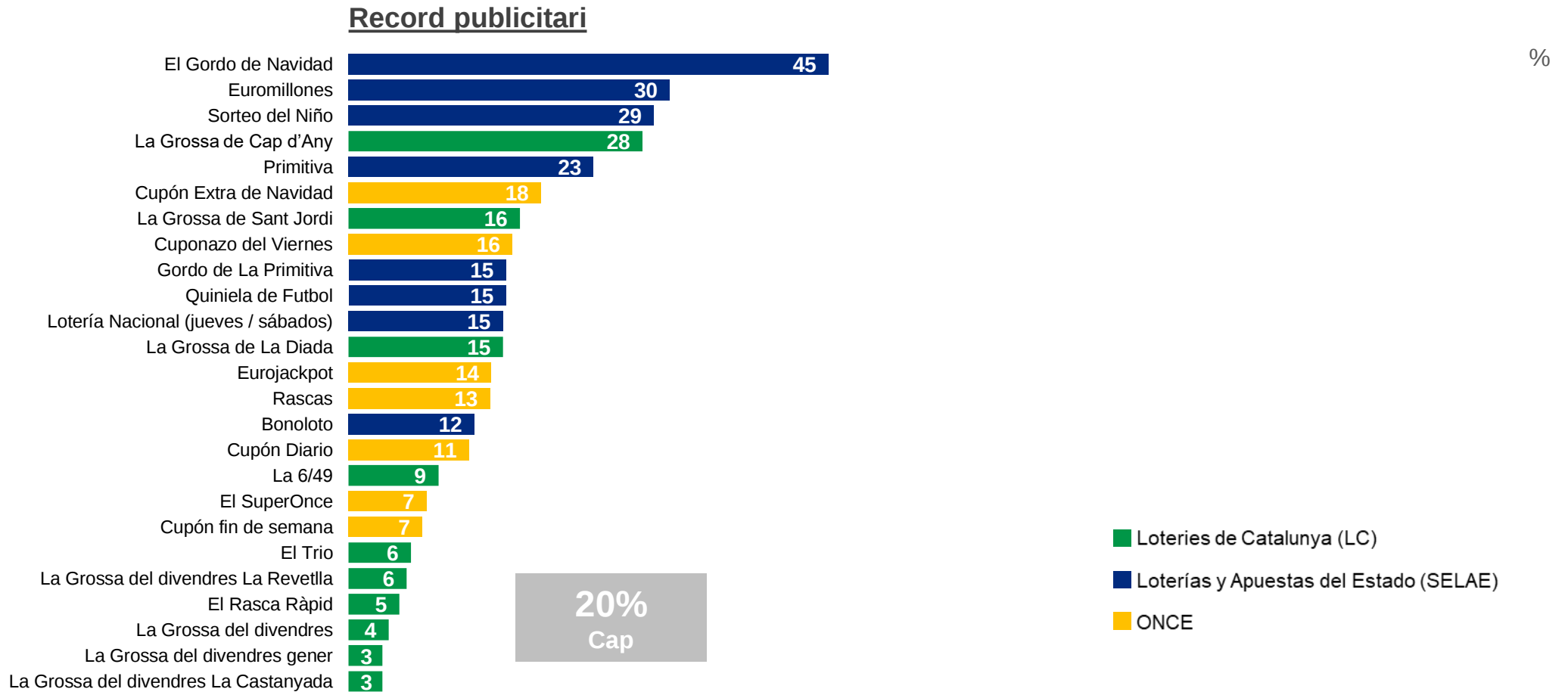


Base: Total jugadors (n=800)
P3. Quan va ser la darrera vegada que va jugar a cadascun dels següents tipus de loteria?



LA PUBLICITAT MÉS RECORDADA PER A TOTES LES MARQUES ÉS “EL GORDO”

Un 20% assegura no recordar cap publicitat de loteries



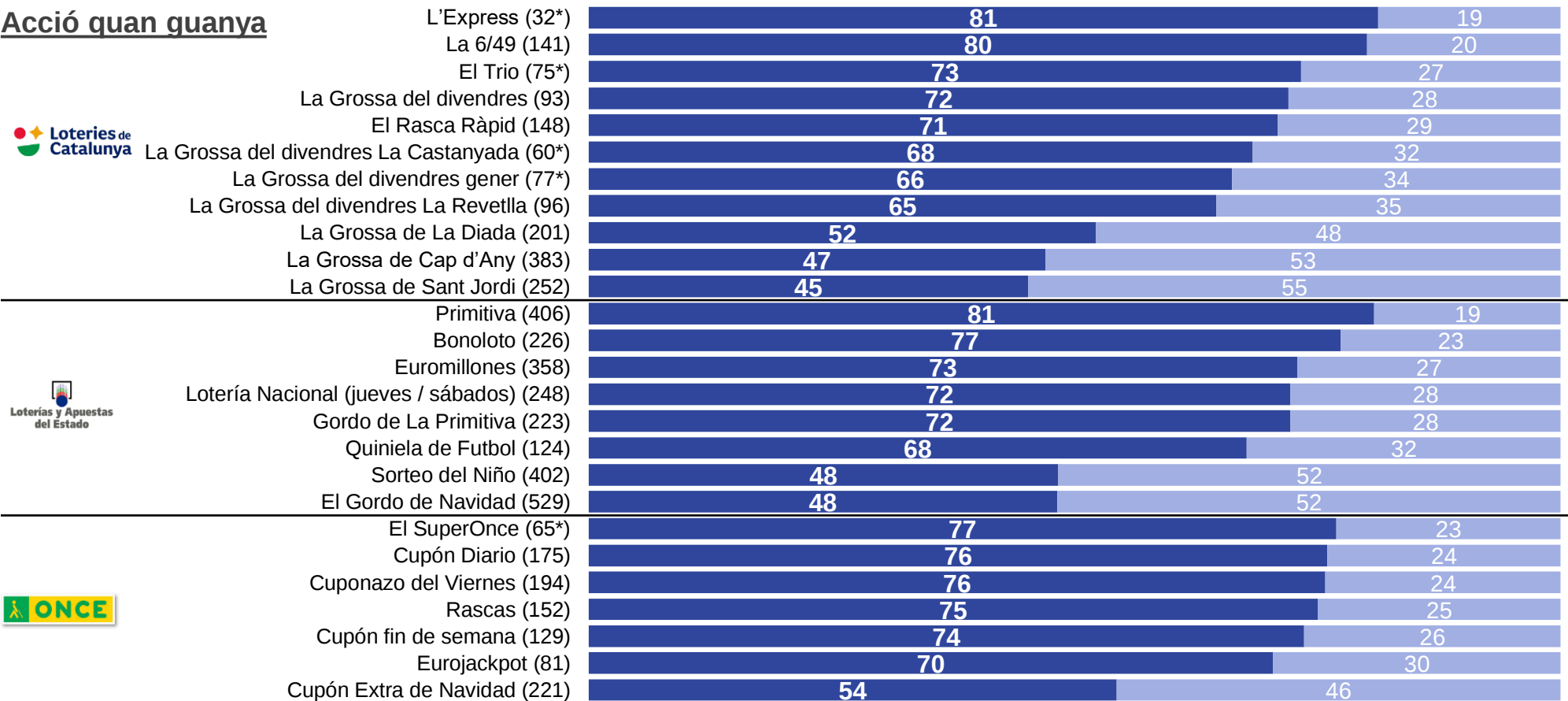
Base: Coneixen cada loteria

P12. De les següents loteries que coneix, recorda haver vist publicitat, ja sigui a la televisió, premsa, ràdio, online, al punt de venda o al carrer?

S'ACOSTUMA A COBRAR EL PREMI A LES LOTERIES ESTACIONALS

La gran majoria torna a jugar amb els diners guanyats

Acció quan guanya



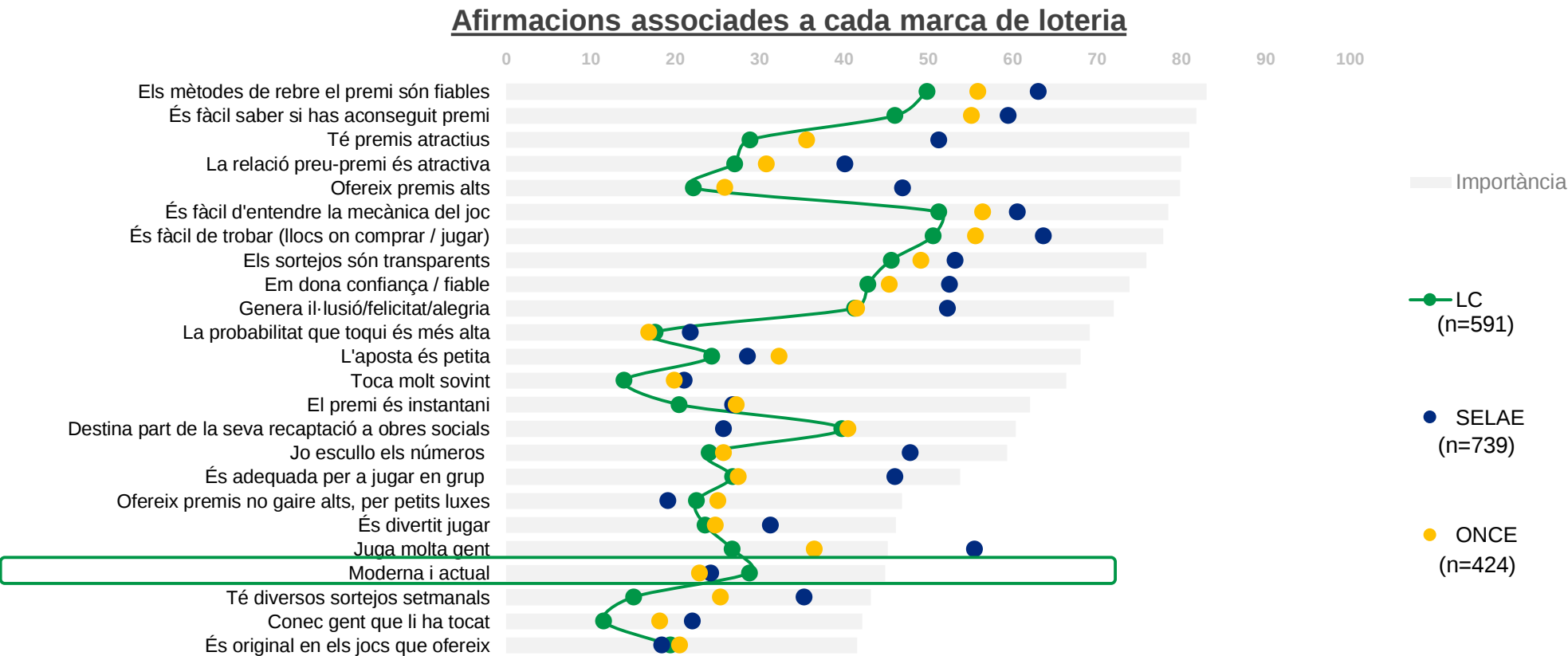
Base: Jueguen a cada loteria

P8. Què és el que fa generalment en el cas de guanyar el preu del Cupó / Desè / Bitllet de loteria?

LES LOTERIES DE LA LAE TENEN UN MILLOR POSICIONAMENT EN ELS ATRIBUTS MÉS RELLEVANTS

Loteries de Catalunya es percep com a moderna i actual més que la resta

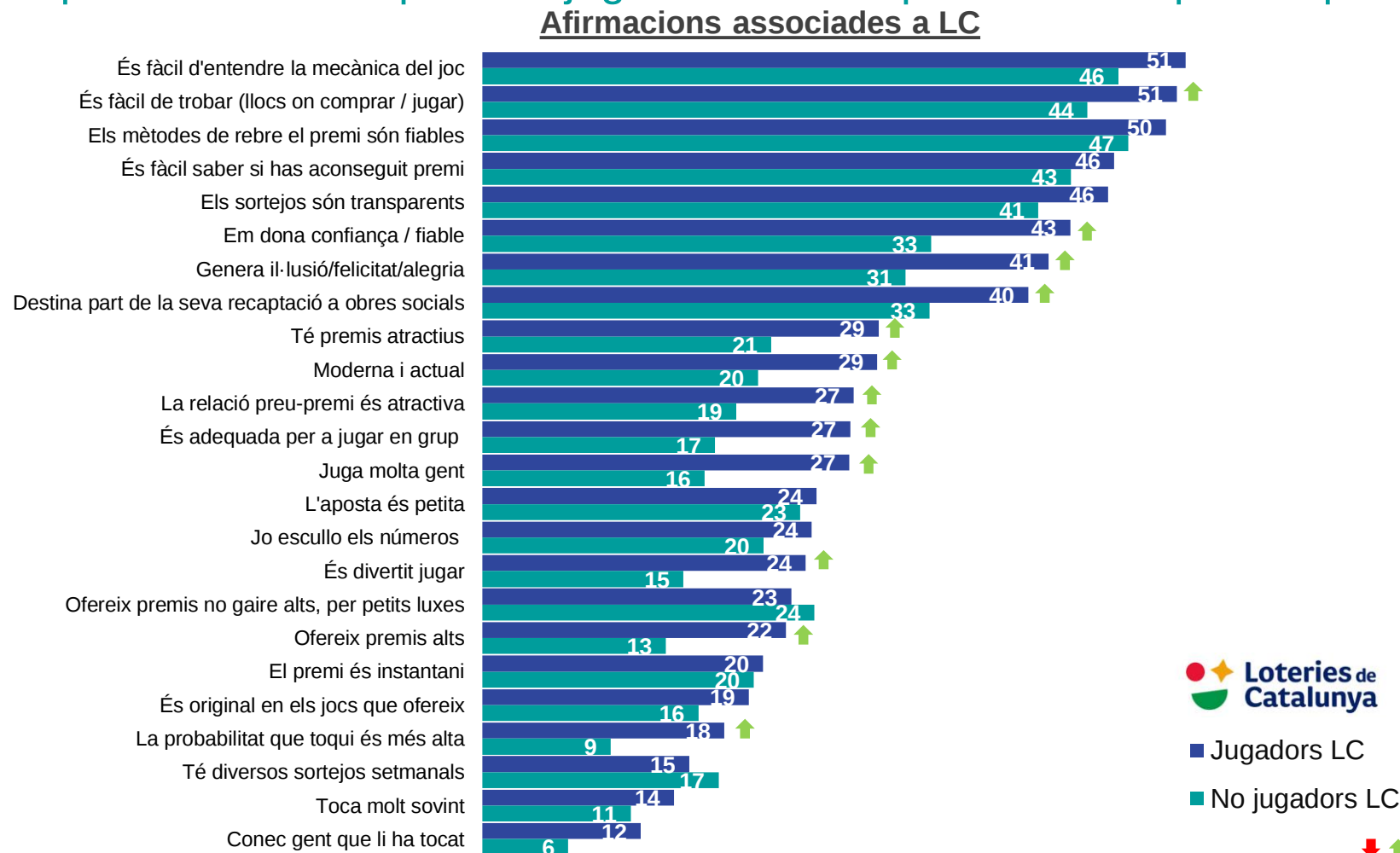
%



Base: Juguen a cada marca de loteria
P14. A quines loteries associa les següents afirmacions?

EN GENERAL, ELS JUGADORS DE LC LES IDENTIFIQUEN AMB MÉS ASPECTES

Entre els que les coneixen però no juguen destaca que ofereixen premis per petits luxes



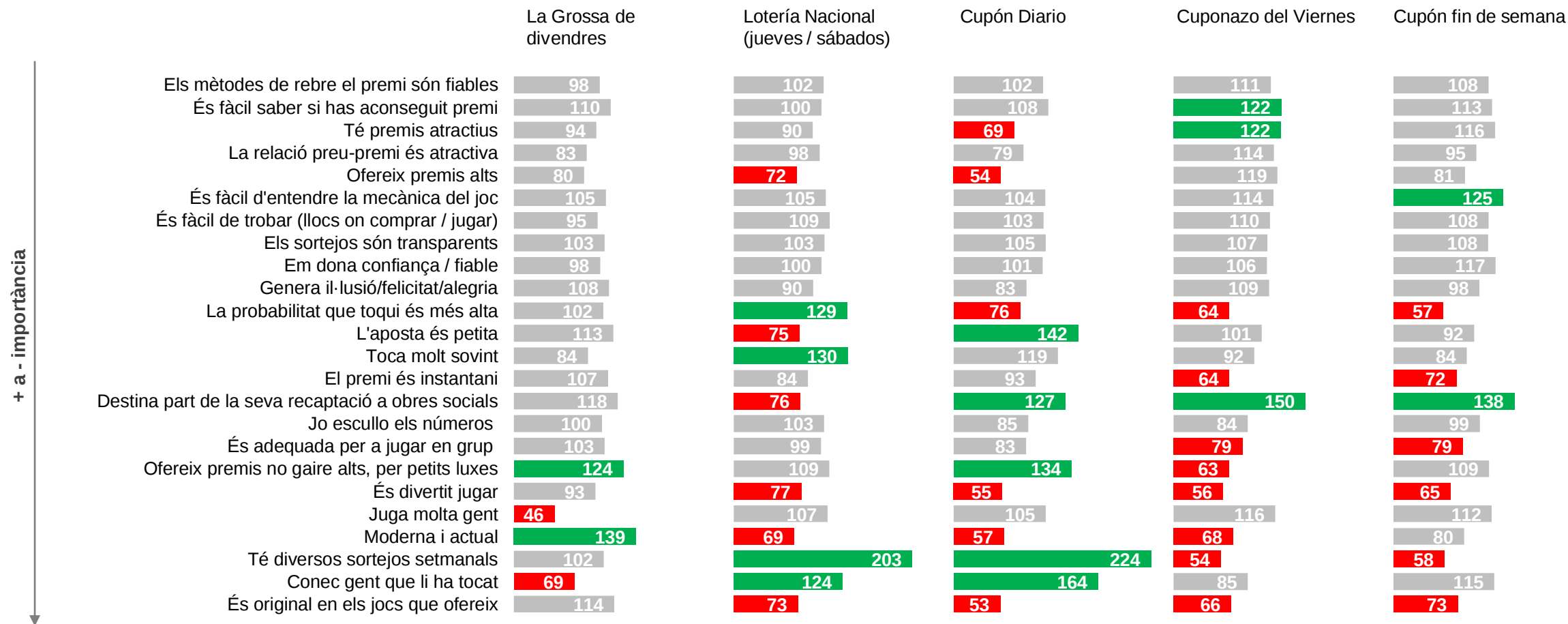
■ Jugadors LC

■ No jugadors LC

⬇ ⬆ Dif. 95% respecte al total

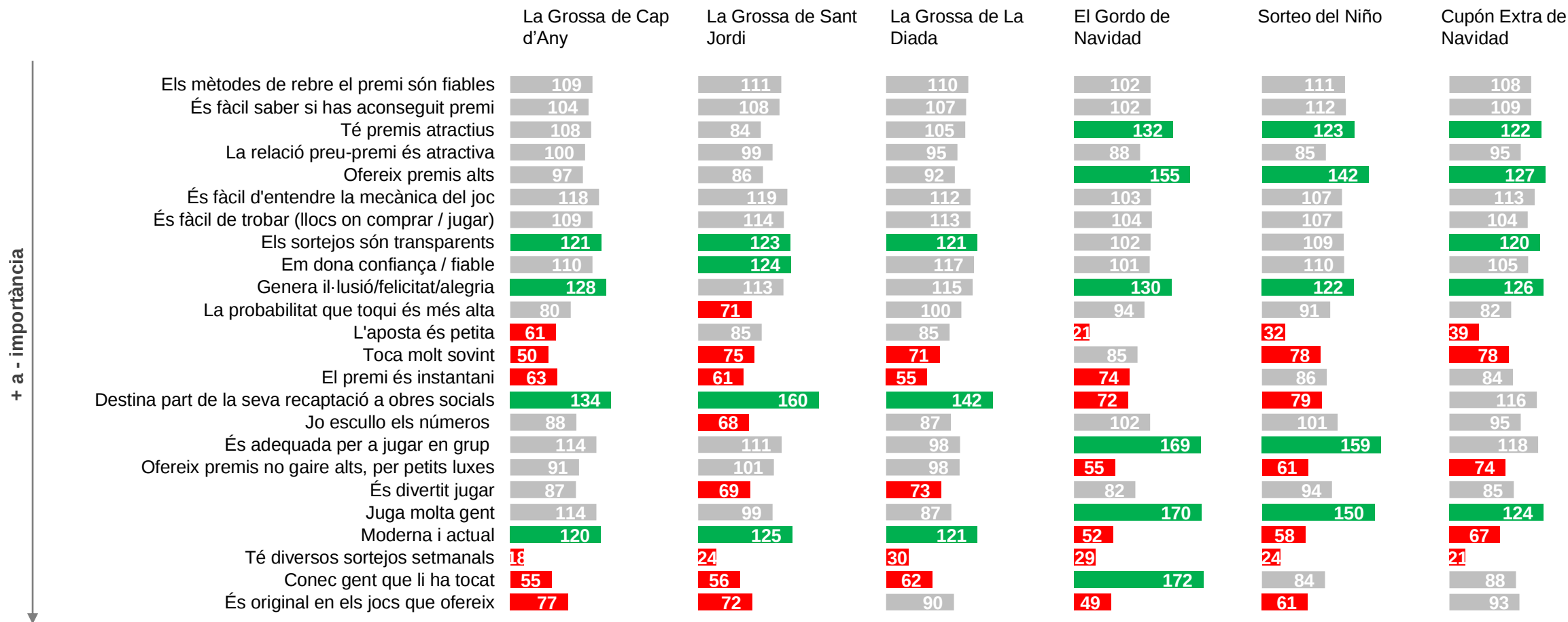
LOTERIES PASSIVES SETMANALS

En aquest tipus de loteries només el Cuponazo del divendres i el de cap de setmana presenta alguna fortalesa als atributs més importants



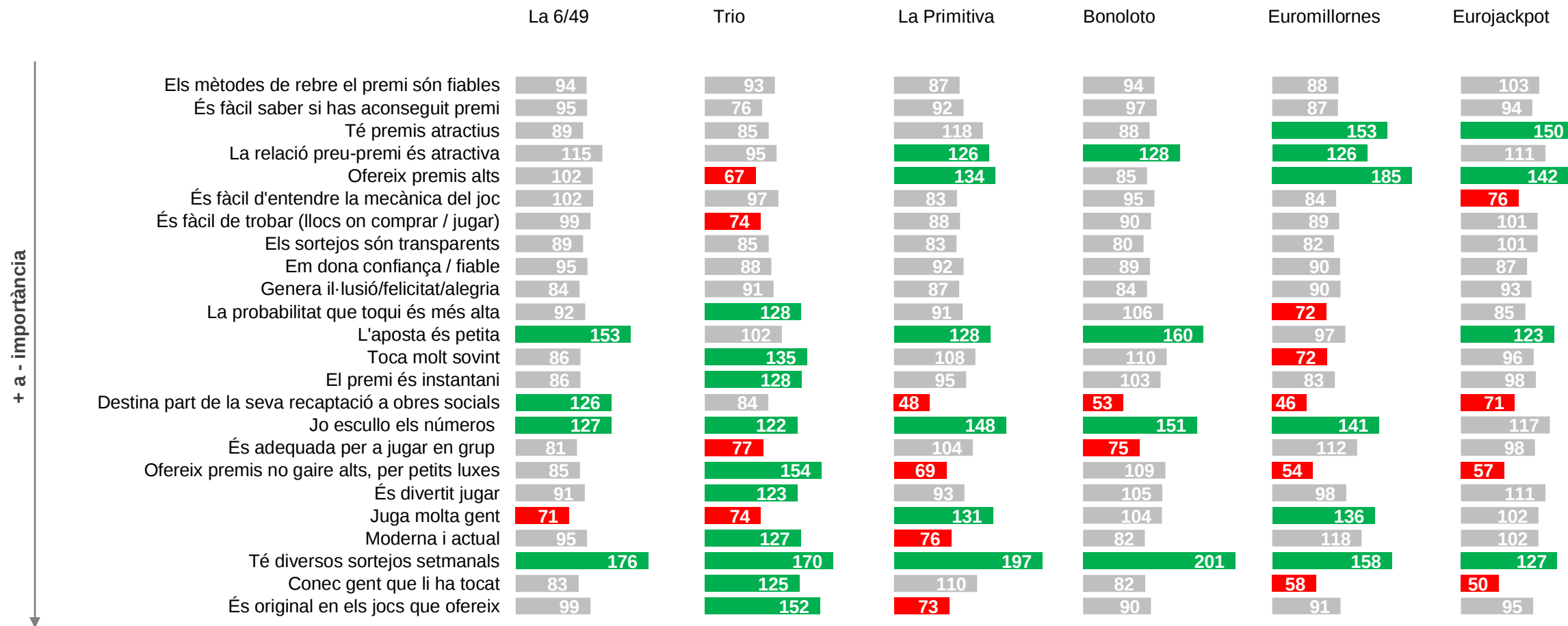
LOTERIES PASSIVES ESTACIONALS

Els premis de les loteries de la LAE i l'ONCE es perceben com més atractius i més alts. Les LC es perceben com a transparents, donen confiança i que destinen part dels beneficis a obra social



LOTERIES ACTIVES

Els premis atractius, la relació preu-premi i els premis alts, fortaleces dels competidors de LC



QUE DESTINA PART DE LA RECAPTACIÓ A OBRES SOCIALS UNA DE LES FORTALESES DE LES LC, SIMILAR A L'ONCE

Les loteries especials de Nadal les que generen més il·lusió

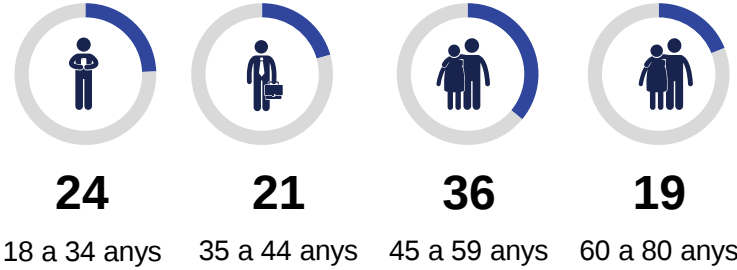
Fortaleses y debilitats, dades total loteries/atributs																															
	Cupón Diario	Cupónazo del Viernes	Cupón fin de semana	El SuperOnce	Eurojackpot	Rascas	Cupón Extra de Navidad	Lotería Nacional Dj-Ds	El Gordo de Navidad	Sorteo del Niño	Primitiva	Bonoloto	Euro-millones	Gordo de La Primitiva	Quiniela de Fútbol	La 6/49	El Trio	El Rasca Rápido	L'Express	La Grossa de Cap d'Any	La Grossa de Sant Jordi	La Grossa de La Diada	La Grossa dividre's	La Grossa Dv gener	La Grossa Dv La Revetlla	La Grossa Dv Castanyada					
+ a - importància	Els mètodes de rebre el premi són fiables	102	111	108	116	103	78	108	102	102	111	87	94	88	106	90	94	93	79	52	109	111	110	98	120	110	118				
	És fàcil saber si has aconseguit premi	108	122	113	101	94	97	109	100	102	112	92	97	87	104	87	95	76	97	62	104	108	107	110	97	115	104				
	Té premis atractius	69	122	116	84	150	59	122	90	132	123	118	88	153	137	78	89	85	73	100	108	84	105	94	90	77	57				
	La relació preu-premi és atractiva	79	114	95	107	111	98	95	98	88	85	126	128	126	107	103	115	95	106	101	100	99	95	83	95	59	92				
	Ofereix premis alts	54	119	81	75	142	39	127	72	155	142	134	85	185	143	82	102	67	40	122	97	86	92	80	89	89	100				
	És fàcil d'entendre la mecànica del joc	104	114	125	110	76	85	113	105	103	107	83	95	84	96	87	102	97	83	59	118	119	112	105	103	101	112				
	És fàcil de trobar (llocs on comprar / jugar)	103	110	108	97	101	86	104	109	104	107	88	90	89	110	97	99	74	89	64	109	114	113	95	102	120	118				
	Els sortejos són transparents	105	107	108	99	101	75	120	103	102	109	83	80	82	100	100	89	85	70	81	121	123	121	103	104	117	112				
	Em dona confiança / fiable	101	106	117	108	87	76	105	100	101	110	92	89	90	95	96	95	88	82	100	110	124	117	98	91	119	102				
	Genera il·lusió/felicitat/alegria	83	109	98	79	93	74	126	90	130	122	87	84	90	106	90	84	91	84	74	128	113	115	108	112	104	125				
	La probabilitat que toqui és més alta	76	64	57	89	85	138	82	129	94	91	91	106	72	68	112	92	128	161	195	80	71	100	102	120	101	100				
	L'aposta és petita	142	101	92	88	123	182	39	75	21	32	128	160	97	80	141	153	102	134	84	61	85	85	113	74	97	114				
	Toca molt sovint	119	92	84	84	96	164	78	130	85	78	108	110	72	81	130	86	135	144	150	50	75	71	84	116	84	94				
	El premi és instantani	93	64	72	93	98	221	84	84	74	86	95	103	83	111	93	86	128	212	165	63	61	55	107	93	90	87				
	Destina part de la seva recaptació a obres socials	127	150	138	139	71	57	116	76	72	79	48	53	46	64	47	126	84	58	70	134	160	142	118	129	157	138				
	Jo escullo els números	85	84	99	87	117	27	95	103	102	101	148	151	141	154	130	127	122	39	89	88	68	87	100	87	81	91				
	És adequada per a jugar en grup	83	79	79	90	98	76	118	99	169	159	104	75	112	112	132	81	77	77	91	114	111	98	103	97	79	87				
	Ofereix premis no gaire alts, per petits luxes	134	63	109	111	57	188	74	109	55	61	69	109	54	58	86	85	154	187	152	91	101	98	124	85	117	67				
	És divertit jugar	55	56	65	98	111	162	85	77	82	94	93	105	98	92	156	91	123	153	176	87	69	73	93	127	66	111				
	Juga molta gent	105	116	112	75	102	85	124	107	170	150	131	104	136	115	114	71	74	79	93	114	99	87	46	81	63	46				
	Moderna i actual	57	68	80	146	102	128	67	69	52	58	76	82	118	76	76	95	127	130	169	120	125	121	139	103	100	115				
	Té diversos sortejos setmanals	224	54	58	108	127	117	21	203	29	24	197	201	158	77	60	176	170	133	111	18	24	30	102	55	62	61				
	Conec gent que li ha tocat	164	85	115	47	50	137	88	124	172	84	110	82	58	63	206	83	125	125	147	55	56	62	69	107	120	66				
	És original en els jocs que ofereix	53	66	73	138	95	177	93	73	49	61	73	90	91	69	110	99	152	170	180	77	72	90	114	111	120	103				

PERFIL DELS JUGADORS DE LOTERIES DE CATALUNYA

SEXE

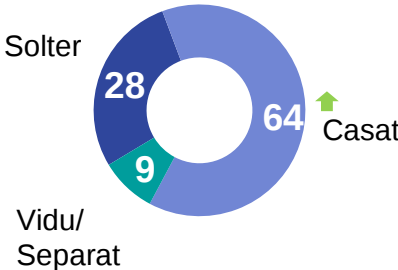


EDAT

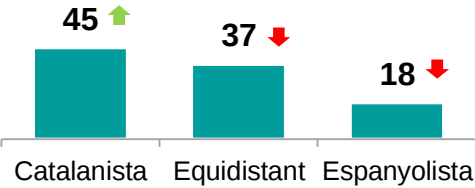


Mitjana 46 anys

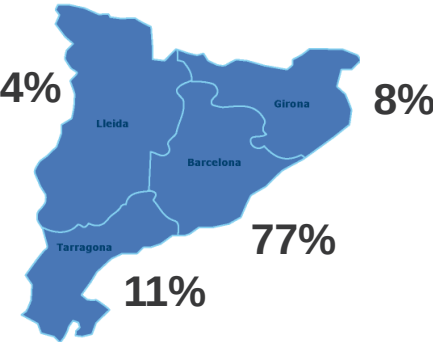
ESTAT CIVIL



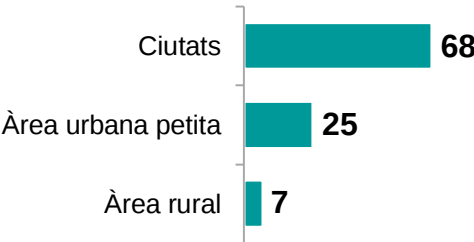
SENTIMENT DE PERTANYENÇA



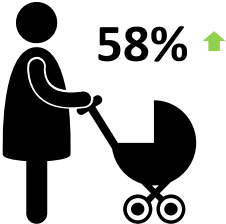
PROVÍNCIA



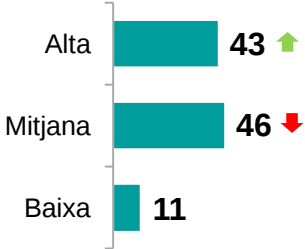
MUNICIPI



FILLS



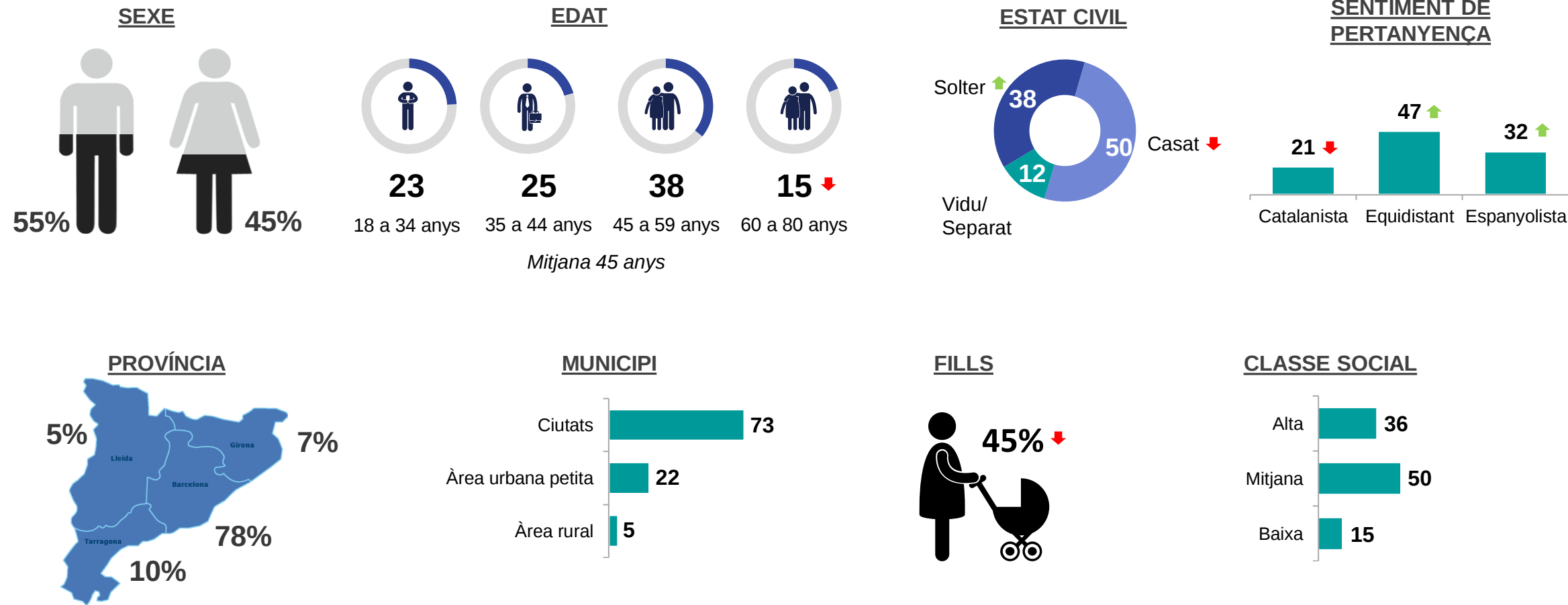
CLASSE SOCIAL



Base: Total jugadors LC (n=591)

↑ ↓ Diferències significatives respecte el total jugadors

PERFIL DELS NO JUGADORS DE LOTERIES DE CATALUNYA



Base: Total NO jugadors LC (n=409)

↓ ↑ Diferències significatives respecte el total jugadors