COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Paris, le 22 juillet 2016

Cet été, les festivals ont adopté le cashless !

Avec 62 festivals de musique en France (Vieilles Charrues, Calvi On The Rocks, Mainsquare Festival, Rock en Seine, Donwload Festival, etc.), c'est 1,5 million de festivaliers qui ont utilisé la technologie cashless de Weezevent.

A l'international

Si les festivals français étaient en retard sur le cashless, ils ont donc comblé ce retard en 2016 et pour Weezevent, il s'agit maintenant d'équiper les plus grands festivals internationaux. Cette solution de paiement dématérialisé a d'ailleurs déjà été déployée au Canada, où les spectateurs du festival d'humour ComediHa étaient équipés de lunettes de soleil dotées d'une puce NFC.

Une solution qui se démocratise

En 2016, la solution innovante développée par Weezevent, a conquis près de 75% des festivals français qui ont sauté le pas du cashless. Cette technologie a permis aux festivaliers de toute la France de créditer par carte bancaire ou en espèces leur support cashless. Puis, de régler leurs achats à tous les bars, restaurants et boutiques de chaque événement réduisant ainsi considérablement les files d'attente. Le support cashless (cartes ou bracelets) peut être (re)chargée pendant et surtout avant le festival depuis un ordinateur ou un téléphone mobile et grâce à un partenariat avec Paypal depuis son compte Paypal. Cette année, en moyenne, chaque utilisateur a crédité son compte de 40€.

L'émergence d'un nouvel usage : l'activation de marque

Grâce à cette même puce NFC, un nouvel usage se développe : l'activation de marque, levier d'engagement fort pour les marques, qui pourront par exemple organiser des jeux-concours pour recruter de nouveaux clients et fidéliser de façon ludique les existants. C'est également un nouveau moyen pour les organisateurs de festivals de mettre encore plus en avant leurs partenaires. Weezevent accompagne cette transformation en proposant aux marques de personnaliser, en partenariat avec la start-up Giforama, une borne photo originale qui permet d'immortaliser le portrait de ses utilisateurs à travers un GIF animé qui leur est ensuite envoyé automatiquement au contact de leur bracelet sur la partie NFC de la borne. Les festvaliers peuvent également partager ces images sur les réseaux sociaux pour doper la viralité de la mécanique.

Une technologie adoptée progressivement par d'autres secteurs

Après les festivals de musique, d'autres secteurs devraient rapidement basculer vers le cashless comme les enceintes sportives, les musées ou encore les parcs d'attraction, dans un objectif de fidélisation de leur public et de croissance de leur panier moyen. Weezevent équipera d'ailleurs dès septembre prochain le club de Ligue 1 de Guingamp.

Contact Presse : Yohan MICHEL, Directeur Marketing (y.michel@weezevent.com / +33 (0)1 85 07 75 83)

▶ Weezevent équipe également ces événements de sa solution Cashless

Calvi On The Rocks, Beauregard, Cognac Blues Passions, Download Festival, Festival Crossover, I Love Techno, Imaginarium, Le Rock dans Tous ses Etats, Les Déferlantes, Les Plages Electroniques, Les Vieilles Charrues, Lost in Limoges, Mainsquare Festival, Marvellous Island, Nordik Impakt, Nuits Secrètes, Nuits Sonores, Panoramas, Papillons de Nuit, Platja, Positiv Festival, Rainforest, Rock en Seine, Roi Arthur, Sakifo, Summer Sound, Terres du Son, The Peacock Society, This Is Not A Love Song, We Love Green, Weather Festival, etc...

▶ A propos de weezevent.com

Weezevent aide plus de 70 000 organisateurs et lieux d'événements avec une solution self-service de billetterie et de porte-monnaie électronique. Depuis son lancement à Dijon en 2008, la start-up a permis d'écouler plus de 22 millions de billets pour des événements de tout type : salons, concerts, soirées, festivals, conférences, courses à pieds… et surtout de toute taille : de quelques participants à plus d'un Millions de spectateurs comme le Mondial de l'Automobile. En équipant plus de 75% des festivals français, des clubs de Ligue 1 ou encore la Fanzone de l'Euro UEFA, Weezevent est également un acteur majeur du cashless. L'accès au logiciel d'inscription en ligne est gratuit et seule une commission incluant les frais bancaires de 2,5% ttc du prix du billet est prélevée sur chaque billet. En complément de cette offre, weezevent.com propose un guichet de vente sur place et des outils d'accueil et de contrôle d'accès. Implantée à Dijon, Paris et Montréal, l'entreprise réalise des ventes dans plus de 10 pays et a remporté le Grand Prix de l'Innovation et le Fast500 EMEA (le prix de la société européenne à la plus forte croissance dans les nouvelles technologies sur les 5 dernières années). Pour renforcer son ambition, Weezevent a annoncé début 2015 l'entrée de vente-privee.com dans son capital qui poursuit ainsi le développement de sa filiale Entertainment. Les informations disponibles sur Weezevent sont accessibles sur http://www.weezevent.com/presse.phpdébut 2015 l'entrée de vente-privee.com dans son capital qui poursuit ainsi le développement de sa filiale Entertainment. Les informations disponibles sur Weezevent sont accessibles sur http://www.weezevent.com/presse.php