

# LES 15 CHIFFRES CLÉS DU CASHLESS

**42\$** PAR OPÉRATION DE RECHARGEMENT EN MOYENNE

Le montant moyen d'un rechargement est de 42\$ en 2017, contre 35\$ en 2016. Cette augmentation s'explique par une meilleure adoption du cashless par le public. À noter : le montant des opérations de rechargement en ligne est généralement 20\$ plus élevé que ceux effectués sur place.

**120** COMMANDES À L'HEURE / VENDEUR

Les serveurs sont moins nombreux qu'avec un système d'encaissement traditionnel : fini le rendu de monnaie et les calculs mentaux. Le temps de traitement d'une commande est de 30 secondes en période de pointe, soit 120 commandes à l'heure au maximum.

**68%** DES ÉVÉNEMENTS ONT REMIS LE SUPPORT CASHLESS PRÉCHARGÉ AUX ENTRÉES

Plusieurs modes de remise des supports NFC sont possibles (au contrôle d'accès, aux banques, après les entrées, etc.), mais la majorité des événements ont opté pour l'appairage aux entrées, afin de fluidifier l'expérience des participants et réduire leur attente.

**18%** DU MONTANT CHARGÉ EST NON UTILISÉ À LA FERMETURE DES PORTES

À la fermeture de l'événement, quasiment 20% du volume d'argent chargé sur les comptes des participants est non dépensé. Ce taux peut monter jusqu'à 25%.

**65%** DES PARTICIPANTS UTILISENT UN SUPPORT CASHLESS

Tous les participants n'activent pas forcément une carte ou un bracelet cashless. Généralement, ils partagent leurs dépenses avec leur famille ou ami(e)s. En moyenne, le taux d'utilisation est de 65% mais il peut atteindre 75% sur certains événements. C'est une information à prendre en considération lors de l'achat des supports NFC. À noter que certains événements font le choix d'équiper 100% de leur public d'un support NFC pour favoriser l'adoption du cashless.

**20%** DES BILLETS ACHETÉS EN LIGNE SONT ACCOMPAGNÉS D'UN RECHARGEMENT CASHLESS

Le cross-selling permet aux participants de recharger leur compte cashless directement lors de l'achat de leur billet en ligne. Ce taux peut monter jusqu'à 40% sur certains événements. Cette pratique renforce le pouvoir d'achat ressenti des participants (une recharge de quelques euros, effectuée lors de l'achat des billets plusieurs mois en amont, est déjà absorbée le jour de l'événement, accordant ainsi plus de moyens aux visiteurs pour consommer sur place).

**5%** DU CHIFFRE D'AFFAIRES BAR & RESTAURATION, C'EST LE COÛT DE LA SOLUTION

Ce pourcentage moyen inclut tous les frais inhérents au cashless (achat des supports cartes ou bracelets, déploiement du matériel) mais ne tient pas compte des économies réalisées (moins de personnel, moins de vols) ni des recettes supplémentaires (consommation supplémentaire, montant résiduel sur les supports, ...)



**6%** DU CHIFFRE D'AFFAIRES RESTE NON RÉCLAMÉ APRÈS LES REMBOURSEMENTS

Après la phase de remboursement, on constate en moyenne 6% de recettes non réclamées (la fourchette observée varie entre 3 et 10%). Ce chiffre est assez stable sur les trois dernières années.

**44%** DES ÉVÉNEMENTS UTILISENT LE CASHLESS POUR METTRE EN AVANT UN PARTENAIRE

28% des événements ont ajouté le logo d'un sponsor sur leurs supports NFC, tandis que 16% d'entre eux ont intégré un sponsor dans leur dispositif cashless (partenaire de paiement mobile, activation de marque via le NFC).

**60** RECHARGES À L'HEURE / CAISSIER

Il s'agit du rythme maximum observé pour les opérations de rechargement sur place. Ce chiffre a tendance à baisser car la part du rechargement en ligne ne cesse de croître. Les participants ont compris que la recharge en ligne évite un passage en caisse et de faire la queue.

**80%** DES RECHARGEMENTS EN LIGNE SE FONT À PARTIR DE J-3

La grande majorité des rechargements en ligne se fait dans les 3 jours précédant l'événement. Les participants attendent souvent le dernier moment pour préparer leur venue.

**10** TRANSACTIONS DE VENTE / ACHETEUR

En moyenne, chaque acheteur réalise 10 commandes pendant un événement. Par ailleurs, en fonction de la durée de l'événement, ce chiffre peut varier entre 6 et 18 opérations.

**22\$** DE DÉPENSES MOYENNES PAR PARTICIPANT/JOUR

Ce montant peut atteindre 32\$ sur certains événements. Avec certitude, le cashless favorise la consommation grâce à sa simplicité et sa rapidité d'utilisation : moins d'attente sur les points de vente, fonctionnement ludique. Toutefois, il est souvent difficile de mesurer avec précision la hausse du panier moyen en raison de nombreux facteurs exogènes : météo, programmation, prix, etc.

**30%** DES RECHARGEMENTS SE FONT SUR INTERNET

Ce taux devrait encore grimper dans les années à venir, en témoigne le taux de 70% constaté sur certains festivals en 2017. Ce sera donc autant d'actions en moins pour les équipes et une expérience client améliorée avec moins d'attente à la clé ! En cas de coupure ou absence de réseau, un système cashless doit pouvoir fonctionner en autonomie, principe de précaution oblige. À noter que dans certains événements, les espèces ne représentent plus que 15% des rechargements.

**65%** DES ÉVÉNEMENTS ONT OPTÉ POUR DES BRACELETS NFC

Moins chère, la carte était le support privilégié lors de l'arrivée du cashless. Mais les nouveaux usages, notamment le contrôle d'accès, ont permis d'inverser cette tendance. Pour rappel, 60% des événements avaient choisi des cartes en 2016. Cependant, dans les lieux physiques équipés à l'année (clubs, parcs, etc.) la carte est plus résistante dans le temps et la conserve encore les faveurs du jury. Les cartes des abonnés dans les stades embarquent désormais la fonction paiement.

## PLUS DE 200 ÉVÉNEMENTS CASHLESS

- AEHEC MONTRÉAL • ART ROCK • ART SONIC • AXE BOAT • BEAUREGARD BOBITAL • CABOURG MON AMOUR • COGNAC BLUES PASSION • DÉLICES D'AUTOMNE • DOWNLOAD FESTIVAL • ECAUSSYSTEME • FANZONE TOUR EIFFEL EURO 2016 • FESTIVAL DU ROI ARTHUR • FESTIVAL DE MUSIQUE EMERGENTE • FOIRE GOURMANDE ABITIBI TÉMISCAMINGUE FRANCOFOLIES LA REUNION • FREE MUSIC • HOP POP HOP FESTIVAL I LOVE TECHNO • IMAGINARIUM FESTIVAL • LES BICHOISERIES • LES DÉFERLANTES • LES ESCALES • LES NUITS SECRÈTES • LOLLAPALOOZA MAIN SQUARE FESTIVAL • MARVELLOUS ISLAND • MUSILAC • NORDIK IMPAKT • NUITS SONORES • OSISKO EN LUMIÈRE • OUEST PARK PAPILLONS DE NUIT • PEACOCK SOCIETY • PITCHFORK FESTIVAL • RETRO C TROP • ROCK EN SEINE • ROCK IN EVREUX • ROCK'N SOLEX • SAKIFO SUMMER SOUND • SUMMER STADIUM FESTIVAL • TERRES DU SON • THIS IS NOT A LOVE SONG • TRANS MUSICALES • VIEILLES CHARRUES WE LOVE GREEN ...



weezevent.com  
info@weezevent.com  
514 419-2666