



Organizadores do Rock in Rio e Ingresso.com celebram sucesso e retorno positivo do público sobre os tickets digitais

Durante os sete dias de festa na Cidade do Rock, fãs levaram apenas quatro segundos para ter o ingresso lido nas catracas. Pesquisa da Ingresso.com, por meio de contato via e-mail com os clientes, apontou que o festival foi a primeira experiência com o ticket digital da maioria dos clientes

Rio de Janeiro, 20 de outubro de 2022: A edição do reencontro do Rock in Rio proporcionou diversas experiências inéditas para o público. Uma delas foi a chegada dos ingressos digitais. A solução tecnológica pioneira, desenvolvida com exclusividade pela Ingresso.com junto com o Rock in Rio para a melhor e maior edição de todos os tempos do festival, foi um sucesso logo em sua estreia. A tecnologia trouxe mais agilidade para os fãs, que levaram, em média, apenas quatro segundos para ter o ingresso lido nas catracas de acesso ao evento nas sete noites de shows, segundo dados da Ingresso.com. A pesquisa, por meio de contato via e-mail com os clientes, apontou também que para 65% dos usuários, esta foi a primeira experiência apenas aproximando o celular na catraca.

Do total de acessos, mais de 98% foram feitos inteiramente pelo Ingresso Digital, o que mostra o sucesso da implementação da novidade em 2022. Já 27% do público presente nunca tinha utilizado seus smartphones como uma carteira digital e sequer conheciam a funcionalidade. Além disso, um dos mecanismos de segurança adicionados à tecnologia do ticket foi a transferência com aceite de ponta a ponta. E segundo os usuários que enviaram e / ou receberam o ingresso, o processo foi considerado fácil ou muito fácil por 80% deles. A pesquisa foi realizada por e-mail, com mais de 13 mil participantes, sendo 77,2% com idades entre 18 e 44 anos.

Os dados coletados também comprovam que grande parte do público optou por chegar cedo ao Rock in Rio. Do total de acessos nas catracas da Cidade do Rock, quase 80%

TikTok



TIM



americanas

Ipiranga



Heineken

natura



Rio
PREFEITURA

tv globo

MULTI SHOW

BIS

MIX

FIX

O GLOBO

EXTRA

CIDADE
A RÁDIO ROCK

89
A RÁDIO ROCK

eletronic

CHILLI BEANS

MDS

Filipi

Prudential

Johnson Matthey

Fingert

movida

Seara
Gourmet

CVC

PHILIPS

GERDAU
O futuro se molda

DHL

Ingresso.com

Estácio

Braskem

ifood

Porto Saúde

CUP NOODLES

WARNER MUSIC GROUP

suzano

Pão de Açúcar

Colgate

LATAM

Bob's

oia

KNN
IDIOMAS

Deloitte

APPROACH
COMUNICAÇÃO



foram realizados entre 14 horas e 18 horas, com destaque para o dia 4 de setembro, quando após pouco mais de 2h30 da abertura dos portões, 95 mil pessoas já haviam entrado no evento. Considerando todos os portões de entrada à Cidade do Rock, a média de pessoas passando pelas catracas com o ticket digital foi de quase 4 mil por hora.

Para a organização do Rock in Rio, a implementação do novo acesso à Cidade do Rock foi um sucesso: “O projeto foi bastante desafiador, não só para o Rock in Rio, mas também para o público. Mais do que uma nova tecnologia, o que fizemos foi provocar uma mudança comportamental na utilização do ingresso. Foi feito um trabalho exaustivo de comunicação previamente com os clientes, para evitarmos problemas no acesso. Dessa forma, conseguimos ter a maior parte das dúvidas esclarecidas, e os fãs chegaram bem-preparados. O acesso no evento foi muito rápido e tranquilo. O resultado desse novo modelo de ingresso foi muito positivo.” afirma Juliana Ribeiro, diretora de Ticketing do Rock in Rio.

Roberto José, diretor de Tecnologia da Ingresso.com, também comemorou o resultado: “Sabíamos que os desafios de colocar uma vasta quantidade de pessoas para dentro do festival de maneira fluida seria grande. Mesmo tendo sido o primeiro evento com esse tipo de controle de acesso, não identificamos dificuldades representativas na leitura dos ingressos, ou seja, conforme as pessoas forem usando mais essa tecnologia, mais simples será o acesso. Essa média de tempo corrobora com a nossa percepção e mostra que conseguimos atingir um dos principais objetivos que tínhamos com a nova tecnologia”.

A sustentabilidade e a segurança foram bastante consideradas na hora do desenvolvimento do projeto. Na primeira, foi reduzido consideravelmente o desperdício e a produção de lixo que seriam gerados na confecção de centenas de milhares de ingressos físicos. O segundo tópico trouxe a preocupação de reduzir ao máximo a possibilidade de fraudes, para isso, um dos diferenciais foi o mecanismo de transferências digitais de ponta a ponta.

Sobre o Rock in Rio

PATROCINADOR
DE CONTEÚDO



PATROCINADORES



PATROCINADOR
MASTER



PATROCINADOR
INSTITUCIONAL



MEDIA
PARTNERS



APOIADORES



APOIADORES



PARCEIROS





O Rock in Rio foi criado para dar voz a uma geração e promover experiências únicas e inovadoras. Em 1985, o evento foi responsável por colocar o Brasil na rota de shows internacionais. Batendo recordes de público a cada edição e gerando impactos positivos nos países onde é realizado, se consagrou como o maior festival de música e entretenimento do mundo. Consciente do poder disseminador da marca, hoje o Rock in Rio pauta-se por ser um evento com o propósito de construir um mundo melhor para pessoas mais felizes, confiantes e empáticas num planeta mais saudável.

A internacionalização da marca começou por Portugal, Lisboa, em 2004, onde o evento acontece até hoje, seguido por Espanha (Madri) e pelos Estados Unidos (Las Vegas). No Rock in Rio, os números não param de crescer. Pelas Cidades do Rock já passaram mais de 10 milhões de visitantes nestas 22 edições. Em 37 anos, o festival ganhou o mundo e tornou-se um verdadeiro parque de experiências, mas muito além disso, cresceu e ampliou a sua atuação, sempre com o olhar no futuro.

Adotando e incentivando práticas que apoiam o coletivo, o Rock in Rio preza pela construção de um mundo melhor e se une a empresas que possuem este mesmo olhar e diretriz. Em 2013, foi reconhecido por seu poder realizador ao receber a certificação da norma ISO 20121 - Eventos Sustentáveis. Desde a primeira edição, já gerou 237 mil empregos diretos e indiretos e investiu, junto com seus parceiros, mais de R\$ 110 milhões em diferentes projetos, passando por temas como sustentabilidade, educação, música, florestas, entre outros.

Informações para imprensa

PR Rock in Rio

Approach Comunicação

rockinrio@approach.com.br

Jullia Bustamante (Atendimento) - 21 99599-0015

jullia.bustamante@approach.com.br

Camila Acatauassú Xavier (Coordenadora) - 21 98257-3800

camila.xavier@approach.com.br

Marina Milhazes (Gerente) – 21 98810-6760

marina.milhazes@approach.com.br

Fabiana Guimarães (Diretora) - 21 99476-4050

fabiana.guimaraes@approach.com.br

PATROCINADOR
DE CONTEÚDO



PATROCINADORES



PATROCINADOR
MASTER



PATROCINADOR
INSTITUCIONAL



MEDIA
PARTNERS



APOIADORES



APOIADORES





Sobre a Ingresso.com

Com mais de 20 anos de atuação, a Ingresso.com é uma empresa de tecnologia pioneira no mercado de venda online de ingressos e automação de bilheterias, que desenvolve soluções com foco principal no cinema. Sua atuação vai desde a gestão das bilheterias e bombonieres, até a venda de ingressos online passando pela produção de conteúdo para as suas plataformas e redes sociais. A qualidade do seu atendimento ao cliente resultou em nove títulos do Prêmio Reclame Aqui, incluindo a edição de 2021. No mesmo ano, a empresa passou a fazer parte do portfólio do UOL Conteúdo e Serviços, maior empresa brasileira de conteúdo, tecnologia e serviços digitais, que conta com mais de mil canais de jornalismo, informação, entretenimento e serviços, tendo a maior audiência entre veículos de comunicação da internet brasileira. Acompanhe todas as novidades do mundo do cinema nos canais da Ingresso.com: Facebook, no Instagram, no YouTube, e no LinkedIn.

Mariliz Torres

mariliz.torres@idealhks.com

Gefferson Fraga

gefferson.fraga@idealhks.com

TikTok



TIM



americanas

Ipiranga



tv globo



PATROCINADOR DE CONTEÚDO

PATROCINADORES

PATROCINADOR INSTITUCIONAL

PATROCINADOR MASTER

APOIADORES



APOIADORES

