

## Ticketac affirme son rôle d'« Activateur d'émotions »

**Pour fêter ses 20 ans, la billetterie renforce sa marque et adopte une baseline qui souligne son rôle dans un marché du spectacle vivant très dynamique.**

**A** l'occasion de son 20<sup>e</sup> anniversaire, Ticketac s'offre un nouveau logo et réalise une évolution stratégique majeure avec l'adoption d'une nouvelle baseline, « Activateur d'émotions ». Celle-ci affirme son rôle majeur dans un secteur du spectacle vivant et du divertissement qui a retrouvé son dynamisme après un été fortement impacté par les Jeux Olympiques.

Au-delà des billets, Ticketac entend offrir des expériences uniques, qui touchent, divertissent et éveillent des émotions profondes. La plateforme de billetterie du Groupe Figaro a donc confié à l'agence The Smart Factory la mission d'aligner la marque sur une mission porteuse de sens, pour la positionner comme un acteur incontournable de la culture vivante en France.

Ticketac s'est fixé trois priorités pour se distinguer dans son secteur :

- **Devenir une marque incarnée** : Ticketac dépasse son rôle de simple intermédiaire pour affirmer son identité et donner un sens fort à son action.
- **Devenir une marque de référence** : forte de son expertise, Ticketac se positionne comme un leader dans le domaine de la billetterie, en mettant l'accent sur des segments spécifiques comme le théâtre et l'humour.
- **Devenir une marque de préférence** : en renforçant sa singularité et en partageant sa vision unique au plus grand nombre, Ticketac aspire à devenir le choix privilégié des clients, partenaires et prescripteurs du secteur.

### Un plan média exceptionnel pour célébrer les 20 ans

Ticketac lance un plan média d'envergure nationale pour marquer cette étape importante de son histoire. Conçu pour

toucher une audience large et diversifiée, il inclut une stratégie 360°, avec des campagnes de publicité dans le métro parisien, sur les principales stations de radio, dans des titres de presse à forte audience et en podcast, ainsi qu'un volet digital complet et innovant incluant des plateformes clés, des influenceurs et des partenariats.

Ticketac va aussi réserver des surprises à ses utilisateurs : promos exclusives, jeu concours pour gagner 1 an de spectacles, etc... « *Nous souhaitons ainsi remercier chaleureusement les millions de clients qui nous ont fait confiance au fil des ans et qui continuent de choisir Ticketac pour leurs moments de plaisir et d'émotion* », explique Morgane Thieblemont, Directrice marketing & product de Ticketac. 🦋

**« Avec « Activateur d'Émotions », nous avons voulu exprimer pleinement la mission de Ticketac, qui est de donner de la visibilité au spectacle vivant, pour que la culture soit accessible au plus grand nombre. Au-delà de la billetterie, nous offrons au public des expériences où se mêlent rire, émerveillement, réflexion et toutes ces émotions qui font la richesse du spectacle vivant et du divertissement. »**

**Walter COSTA**  
Directeur général de Ticketac



### À propos de TICKETAC

Créé en 2004 et filiale du Groupe Figaro, Ticketac est un site leader de billetterie en ligne : spectacle vivant (théâtre, humour, comédies musicales, opéras...), parcs d'attraction, cirques, concerts... Ticketac propose près de 10 000 spectacles et destinations loisirs partout en France, disponibles sur tous les écrans (site web & mobile) avec des offres exclusives et des recommandations personnalisées.

### À propos de THE SMART FACTORY

The Smart Factory, cabinet de conseil en stratégie de marque fondé et dirigé par Céline Lopes, est spécialisé dans les Industries Créatives et Culturelles. Avec 25 ans d'expérience dans le développement et la transformation de marques, elle a créé ce cabinet pour répondre aux besoins spécifiques de ce secteur. Grâce à sa méthode unique, le « SISA » (Socle Identitaire Stratégique Actionnable), The Smart Factory se donne pour mission de bâtir des marques singulières avec du sens.