



**Mira Ramaherilanja:**  
Responsable  
marketing et digital



**Alexandre Sinapan :**  
Graphiste



**Alice Folio :**  
Webmaster



un associé développeur web



## 1- Le constat

La culture réunionnaise implique plusieurs catégories : art, faune et flore, gastronomie, l'histoire et la géographie. Néanmoins nous avons pu constater quelques problèmes:

- un faible taux de visite dans les espaces culturels
- la pandémie: l'instauration d'une jauge et du pass sanitaire entraîne une nouvelle réduction de visites
- une culture orale des histoires, des contes et des légendes locales qui se perd

**898 500**

habitants  
en janvier 2021  
*Source: wearesocial*

**210 544**

visites au total en 2019  
dans les 5 musées  
régionaux de l'île  
*Source:  
data.regionreunion.com*

## Notre solution

Tipa Tipa est une application géolocalisée permettant de découvrir l'histoire, les contes et les légendes du lieu on l'on se trouve.

## Nos concurrents

Livres et recueils de contes, d'Histoire et de légendes.  
Émissions TV, presse.

Page Facebook & Instagram :  
**Culture Réunion By willy Kyle**

Podcasts spotify :  
**Parc national de la Réunion, Family Friendly**



### Cibles

Coeur de cible: Touristes  
Cible principale: Les locaux  
Cibles secondaires: Les institutions, la Région



### Objectifs

- Perpétuer la tradition orale réunionnaise
- Participer à la préservation du patrimoine culturel de l'île
  - Référencement des histoires, contes de l'île

## Le marché

### Pourquoi une application ?

**870 100** personnes dans l'île en janvier 2021 ayant une connexion mobile soit 96.8%  
*Source: wearesocial*

## Le modèle économique

### Une application freemium

- version free : quelques histoires (les plus connues) gratuites
- version premium : répertoires complets d'histoires (plusieurs pour un même lieu quand c'est le cas) et mis à jour avec proposition users et modération avant publication

### Publicité des partenaires

Promotion d'événements culturels sur le trajet du voyageur, ou d'entreprises ou restaurants qui sponsorisent dans les lieux à proximité de la personne. La publicité est ciblée en fonction des enseignes et des marques que le conducteur peut potentiellement croiser sur sa route.