Etude de Marché

Pitcairn Island

Description :

Les îles Pitcairn sont un ensemble de 4 îles situées dans le pacifique sud, situées à mi-chemin entre le Pérou et la Nouvelle-Zélande (île de Pitcairn, Ducie, Oeno, Henderson). La seule île habitée est l’île volcanique de Pitcairn, avec une surface de 4.6 km2 et une population actuelle de 56 personnes, elle est la juridiction la moins habitée et l’une des plus isolées au monde.

Les habitants de l’île sont les descendants de l’équipage des « mutins du HMS Bounty » et leurs femmes Tahitiennes qui suite à leur mutinerie ont trouvés refuge sur l’ile de Pitcairn en 1790 pour échapper à la peine de mort par le gouvernement britannique.

Pour ne pas être repéré, les nouveaux insulaire ont mis feux à leur embarcation ce qui les condamna à rester sur l’ile et vivre des ressources locales.

A ce jour, la population n’est pas en mesure de vivre entièrement de ses propres moyens et dépend des subsides du gouvernement Britannique. Leur survie dépendra largement du tourisme et de l’immigration de ces prochaines années qui idéalement devrait accroître la population à 80 personnes pour que la main d’œuvre soit suffisante à leur survie. L’isolation extrême de l’ile, l’absence de bande d’atterrissage ou de port d’embarquement en fait une destination difficile d’accès mais unique pour ces mêmes raisons (l’aéroport le plus proche est à 32h de navigation dans les meilleures conditions).

**But**

Promotion du tourisme aventure et « eco-friendly » de l’île et ses alentours.

**La cible**

-Homme ou femme, couples entre 30 et 60 ans, en bonne condition physique. Revenus suffisants pour supporter un coût important sur une période courte . Parlant la langue anglaise, car c’est la seule langue occidentale parlée sur lîle.

-Scientifiques et historiens, interêts pour les espèces endémiques de l’île et îles alentours. Lieu historique pour les mutins du Bounty.

-Sportifs «  aventuriers » : escalade, plongée, navigation.

A priori, la cible n’a pas d’incapacité visuelle ou physique, cela rendrait presque impossible la visite de l’île.

* Marché niche, voyage aventure « soft»

Profile :

Selon l’étude suivante :

<http://aboutourism.wordpress.com/2013/08/29/study-snapshot-adventure-tourism-market-study-2013/>

adventure-tourism-market-study-2013-web.pdf

**Attentes de la cible**

Découverte d’un lieu authentique, unique et mystérieux.

L’originalité et la rareté de l’endroit sont ses principaux atouts.

Découverte des lieux historiques associés à l’équipage du HMS Bounty.

**Concurrence**

Les produits concurrents (destinations lointaines : ex. île de Pâque) ont comme avantage d’être plus facile d’accès, moins cher, moins distants.

**Habitudes de la cible**

Lis des publications de type « National geographic », Forums de voyages, Lonely planet ou revues scientifiques. Amateurs de plongée, escalade.

*Durée typique d’un voyage pour la cîble : 10 jours.*

*Selon une étude de marché, 69% font leurs recherches de voyages sur Internet et 78% ont un compte Facebook.*

*81% disent être prêt à partager leurs expériences avec les médias sociaux suite à leur expédition.*

Navigation

* Home
* Practical info
  1. Weather
  2. Getting there
  3. Geography
  4. Language
  5. Safety
  6. History
  7. Visas
  8. Economy
  9. Fauna and species
* Accomodation
* Things to do
  1. Diving
  2. Rock climbing
  3. Fishing
  4. St Paul’s pool
  5. Pietroglyph
  6. Nearby islands trip (Oeno and Henderson Islands)
  7. Deep Sea Fishing, whale watching
  8. Christian’s cave
  9. Eco Trail
  10. Museum
* Contact