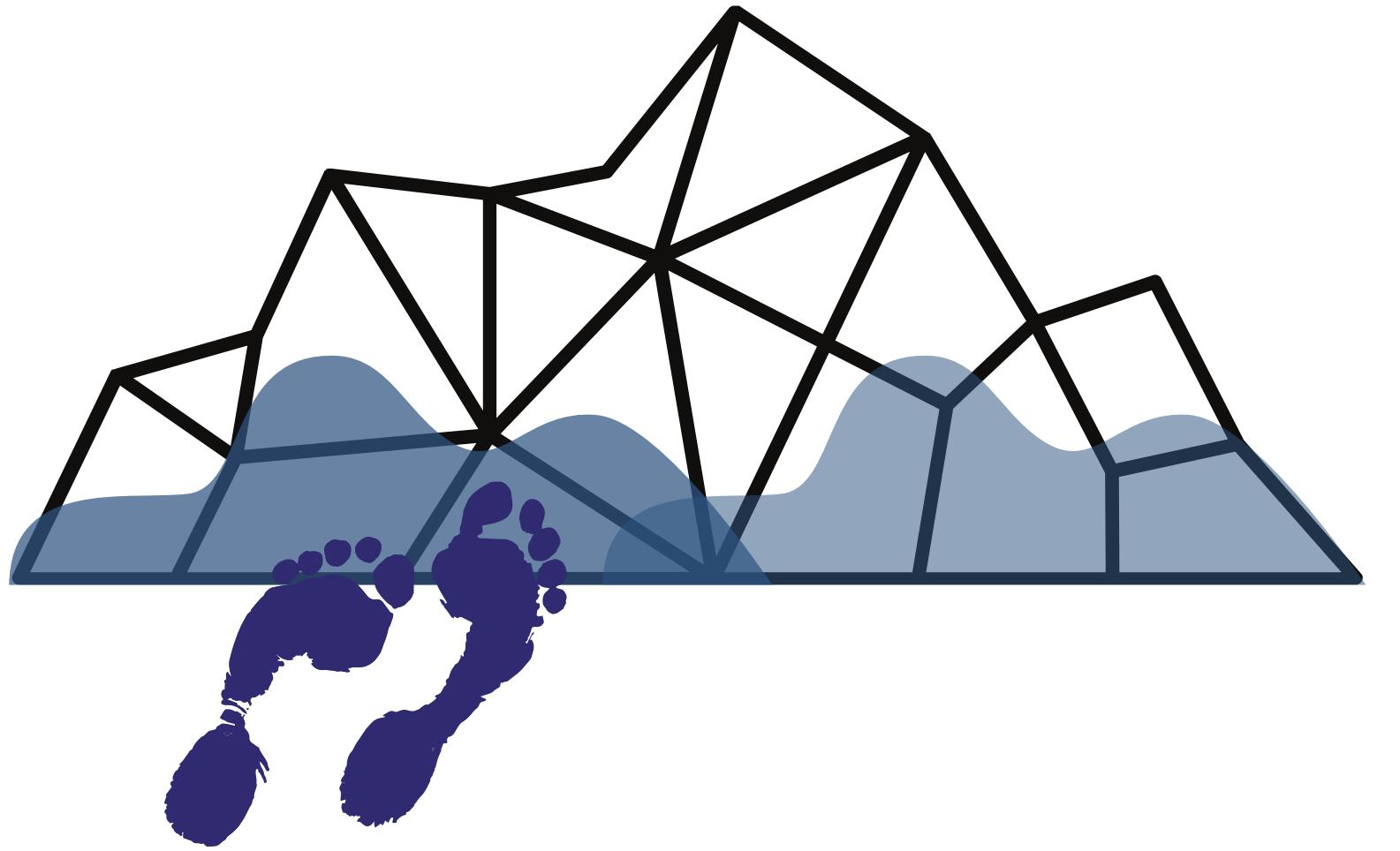


TipaTipa

Comment favoriser la transmission de la culture réunionnaise de l'île de manière digitale ?



M2A - Mira Alice Alexandre

Sommaire

01

Etat des lieux

02

Personas

03

Proposition de solution

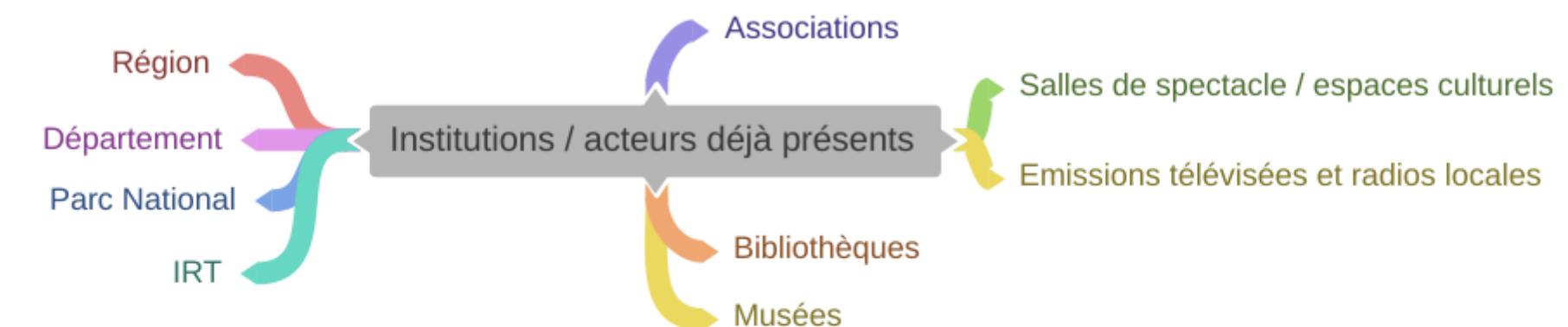
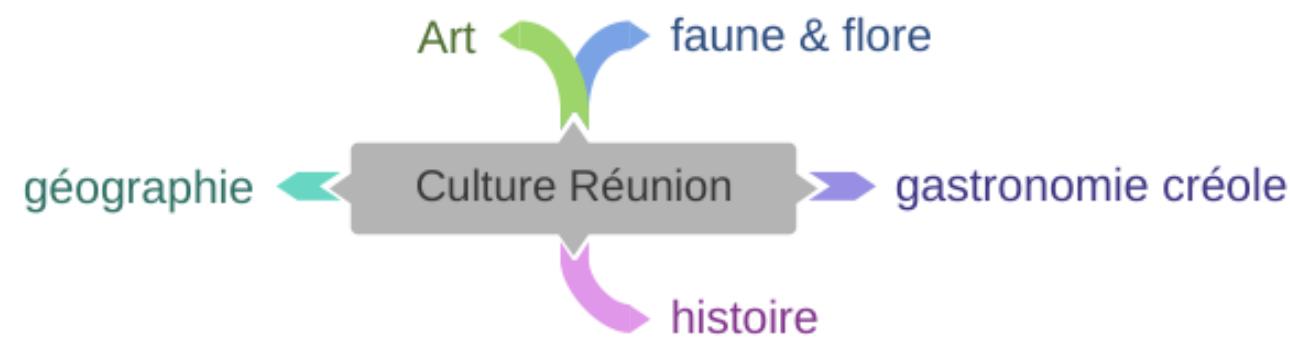
04

Business Model

01- Etat des lieux

1- Qu'est-ce que la culture réunionnaise ?

La culture réunionnaise implique plusieurs catégories, plusieurs acteurs.

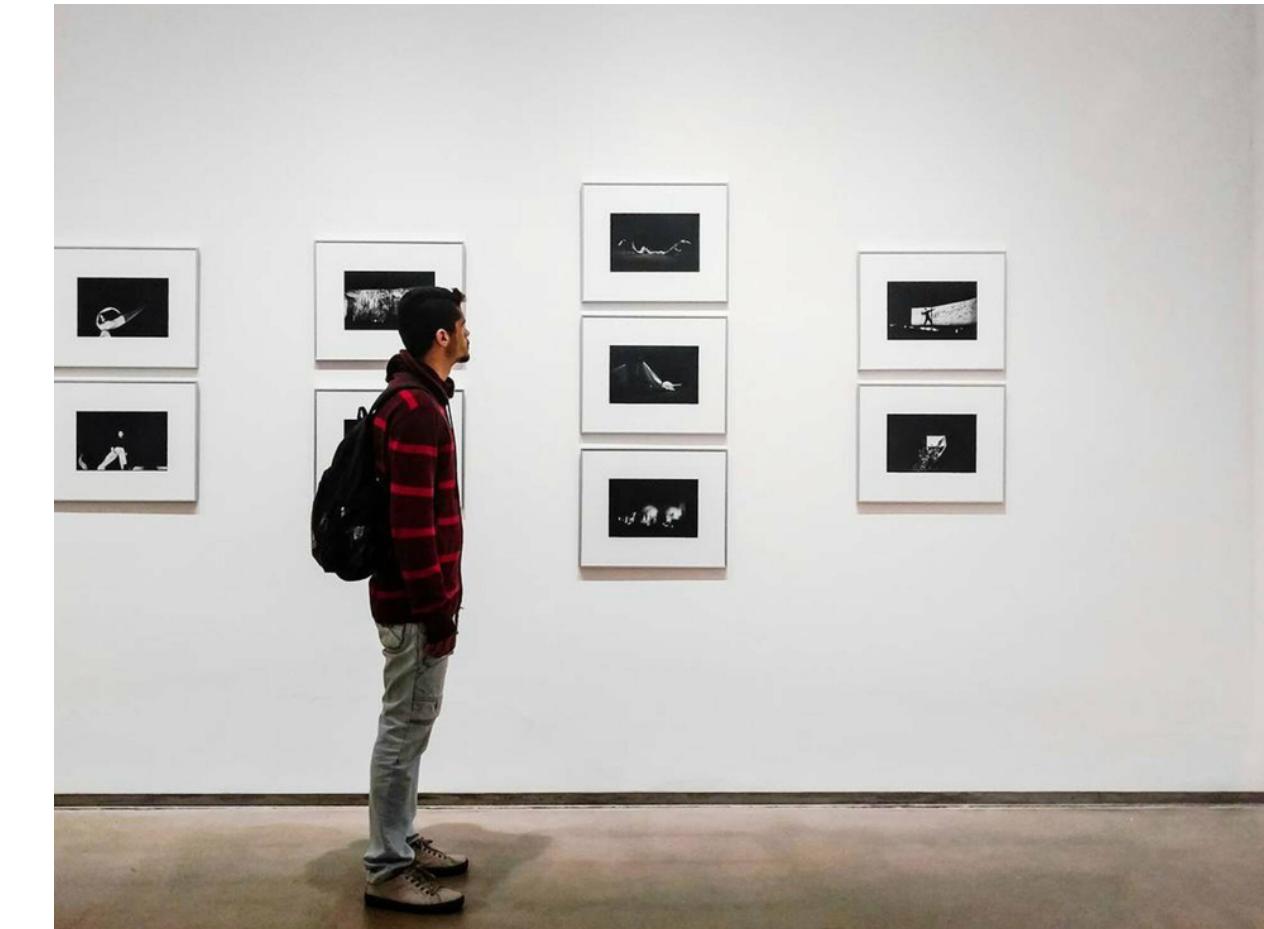


01- Etat des lieux

2- Peu de visites dans les espaces culturels



A La Réunion on compte **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).

01- Etat des lieux

3- La pandémie

Réduction des jauge visiteurs dans les lieux culturels.



245 467 Réunionnais disposent en juillet 2021 d'un schéma vaccinal complet (**28,7%** de la population).

324 729 Réunionnais ont reçu au moins une première injection en juillet 2021 (soit **37,9%** de la population totale) (source lareunion.ars.sante.fr)



02- Personas

Découverte de l'île

Veut en apprendre plus sur les histoires de l'île.



Touristes

Souhaitent avoir de bonnes indications géographique tout en apprenant sur la culture et l'histoire de l'île

Locaux

Souhaitent en apprendre plus sur les histoires de leur île, en dehors du cadre scolaire.

Ecoles

Souhaitent en apprendre plus aux enfants sur les histoires de leur île de manière ludique.

02- Personas

Préserver le patrimoine culturel

Encourager et diffuser des informations liées à l'histoire de la Réunion



Offices du tourisme, musées et espaces culturels

Aimeraient attirer plus de public et développer de nouveaux moyens ludiques pour augmenter la fréquentation touristique

Conteurs et guides

Compléter, préserver et transmettre le catalogue exhaustif des mémoires, histoires, contes et légendes réunionnaises tout en attirant plus de fréquentation

IRT, Département / Région de La Réunion

Souhaiterait développer de nouveaux moyens ludiques pour augmenter la fréquentation touristique

03- Proposition de solution

Une application géo-localisée qui permettrait d'écouter les histoires en lien avec le lieu que l'on traverse.



Pourquoi une application ?



870 100 personnes dans l'île en janvier 2021 ayant une connexion mobile soit 96.8% (source wearesocial)



493 600 utilisateurs internet dans l'île en janvier 2021 soit 54.9% (source wearesocial)



610 000 utilisateurs de réseaux sociaux dans l'île en janvier 2021 soit 67.9% (source wearesocial)

03- Proposition de solution

Comment cela fonctionne ?

Imaginez vous en voiture ou en ballade et ne savez pas ce que le nom du lieu dans lequel vous vous trouvez signifie.

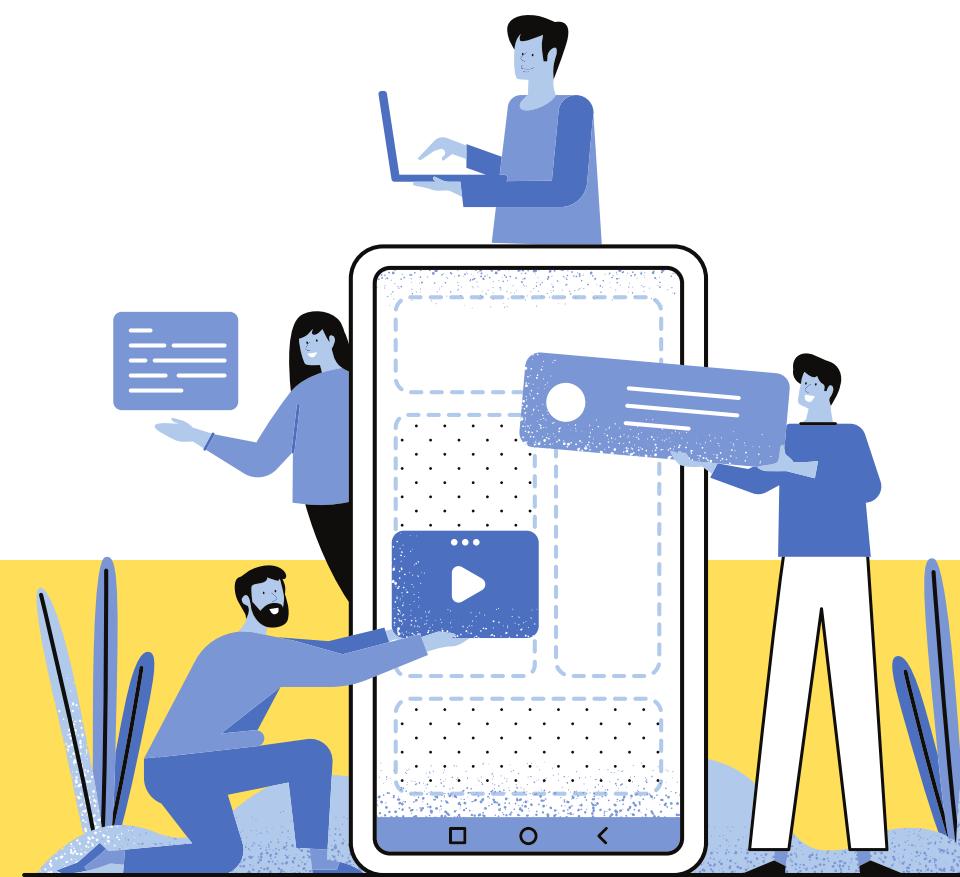
Vous souhaitez en savoir plus ?



- Inscription à l'application via un formulaire
- Adaptable sur smartphones (Apple / Android) et smartwatches.
- Pour un même lieu, il y a souvent plusieurs histoires, donc possibilité d'en savoir toujours plus.
- Mise à contribution de l'utilisateur qui peut partager les histoires qu'il connaît. Après modération, il contribue à enrichir la banque d'histoires.



L'application Tipa Tipa vous apporte des informations sur l'histoire de ce lieu, les contes et les légendes qui l'entourent.



04- Business Model

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.

04- Business Model



Coûts liés à la conception du produit

- Développement de l'application
- Moyens humains et matériels pour recueillir les récits
- Rémunérations des conteurs et guides

Coûts liés à la communication et au marketing

- Publicité auprès des parties prenantes (affiches, flyers, QR codes...)
- Développement d'un site vitrine
- Mublicité sur les réseaux sociaux

Qui sont nos partenaires ?

- les Offices du Tourisme
- Département de la Réunion
- Région Réunion
- L'Union européenne
- IRT
- Musées Régionaux et autres espaces culturels (Cité des Arts, Jardin de l'Etat...)
- Bibliothèque départementale
- guides et conteurs locaux
- Archives départementales
- Maisons d'édition



Actions envisagées à court / moyen terme

- Création d'une communauté sur les réseaux
- Réflexion autour du produit et des axes d'amélioration
- Interview d'un panel plus large de personnes pour approfondir les hypothèses des personas
- Se renseigner sur les aides et subventions auxquelles le projet pourrait prétendre
- Amorcer le partenariat avec les parties prenantes



En vous remerciant

Mira
Ramaherilanja

Alice
Folio

Alexandre
Sinapan