

# DOSSIER DE PRESSE

Lancement de la  
marque collective

**ARDICI**

19 avril 2018



**ARDICI**

ARTISANAT DE NOUVELLE-CALÉDONIE



Chambre de Métiers  
et de l'Artisanat

Nouvelle-Calédonie

# ARDICI

Une marque ombrelle

Une valorisation

Une reconnaissance

## LE MOT DU PRÉSIDENT

*« La marque ARDICI est devenue réalité. Son lancement officiel est enthousiasmant. Pour la CMA-NC, à l'origine de cette démarche, mais également pour les acteurs économiques, culturels et touristiques et pour les amoureux de la Nouvelle-Calédonie, qu'ils soient habitants, visiteurs ou bien hors territoire.*

*La marque ARDICI est le signe vivant d'un partage de valeurs de celles et ceux qui ont fait le choix de vivre de leur activité créative et manuelle, qui font le choix de consommer local et artisanal, qui travaillent, habitent ou séjournent dans nos espaces naturels inestimables. C'est cette beauté, cette spécificité, le caractère authentique de notre archipel, la force de ses traditions, ses richesses humaines et techniques, que la marque collective ARDICI ambitionne de réunir, de représenter et de promouvoir. »*

*Daniel VIRAMOUTOUSSAMY  
Président de la Chambre de métiers et de  
l'artisanat de Nouvelle-Calédonie*



Crédit photo CMA-NC

## ARDICI, POURQUOI ET POUR QUI ?

La Chambre de métiers et de l'artisanat de Nouvelle-Calédonie s'engage aux côtés des artisans et de leurs clients avec la création de la **marque collective ARDICI**.

- ARDICI est la marque des créations artisanales et locales
- Elle s'adresse aux entreprises inscrites au Répertoire des métiers de la CMA-NC impliquées dans une démarche de développement économique
- Elle peut être apposée sur deux catégories d'objets : productions des artisans d'art qui subliment la matière (bois, verre, pierre, terre, cuir, textile...) et productions à vocation touristique (sérigraphies, cosmétiques, parfums...)
- Elle garantit l'origine géographique et le processus de fabrication des produits sur lesquels elle apparaît.
- Elle est un repère pour les consommateurs, qu'ils soient locaux (particuliers, entreprises, collectivités) ou extérieurs (visiteurs métropolitains, croisiéristes, clientèle touristique internationale, salons, export et e-commerce).
- Elle renforce la visibilité de produits issus de multiples entreprises utilisant ARDICI aux côtés de leur propre marque ou enseigne, préservant ainsi leur identité.

En identifiant la production artisanale calédonienne, ARDICI valorise :

- **Des savoir-faire** : du geste traditionnel aux techniques innovantes, ARDICI a pour vocation de regrouper des créateurs aux compétences diverses, issus de l'ensemble du territoire.
- **L'authenticité**: ARDICI garantit des produits calédoniens, conçus et façonnés en petite série ou pièce unique. La marque vise à différencier positivement la production locale et artisanale vis-à-vis des produits finis importés, y compris ceux se présentant comme emblématiques de la Nouvelle-Calédonie.
- **L'engagement** : ARDICI reflète l'ambition et l'implication des entreprises pour faire rayonner leurs créations localement et à l'international.

### **ARDICI, une reconnaissance officielle**

ARDICI est attribuée par la Chambre de métiers et de l'artisanat de Nouvelle-Calédonie, propriétaire exclusif de la marque.

Elle est accordée suite à une **démarche volontaire de l'artisan** qui en fait la demande, par un **Comité d'attribution** qui décide selon des **critères de sélection transparents**.

Le dispositif de demande d'adhésion à la marque est simple et aucune contrepartie financière n'est requise.

Pour 2018, une cinquantaine d'adhérents sont escomptés, et à terme l'objectif est d'une centaine d'artisans utilisateurs de la marque.

### **ARDICI n'est pas une certification, ni un label de qualité**

C'est une marque **déposée auprès de l'INPI** pour 21 classes de produits et régie par le code de la propriété intellectuelle, garantissant ainsi sa protection.

Elle est attribuée avec un droit d'utilisation aux artisans des trois provinces de la Nouvelle-Calédonie qui s'engagent à respecter le règlement d'usage établi par la CMA-NC.

## LE LOGO



Le nom choisi pour la marque collective est issu de la contraction de deux idées fortes :

- **L'ART** : en référence à la créativité des artisans et l'inventivité artistique dont ils font preuve au quotidien
- **D'ICI** : pour exprimer la fabrication locale des produits.

Accompagné de sa signature «Artisanat de Nouvelle-Calédonie», le nom ne laisse aucun doute quant à sa signification et met en avant l'artisanat dans sa globalité.

Le graphisme du logo représenté par un A majuscule s'appuie sur le triangle, semblable à une pyramide, qui symbolise la stabilité et la réussite.

Ses couleurs reflètent la diversité des savoir-faire calédoniens et rappellent la nature de l'archipel : lagon, terre rouge, soleil et forêt.

## LE SITE INTERNET [www.ardici.nc](http://www.ardici.nc)

Un site Internet dédié à la marque collective a été créé pour la faire connaître. Le site contient actuellement deux entrées :

- Rubrique «ARDICI c'est quoi ?» qui **s'adresse aux consommateurs**
- Rubrique «comment adhérer ?» **destinée aux professionnels**

### Un site en évolution...

Au gré des adhésions, des rubriques supplémentaires seront ajoutées permettant de valoriser les produits typiques de la Nouvelle-Calédonie, les lieux de vente où trouver les produits ARDICI, et les adhérents à la marque. Pour la clientèle internationale, **le site sera intégralement traduit en anglais.**

### D'autres outils de communication grand public

**Une affiche et un flyer**, rédigés en français et en anglais, complètent le dispositif de communication et seront visibles dans les lieux publics et touristiques : marchés, foires, salons, aéroports, gare maritime, offices de tourisme...

# ARDICI

Une démarche  
collaborative

Des valeurs communes

Une garantie



Crédit photo CMA-NC

ARDICI répond aux besoins exprimés par les professionnels du secteur d'être reconnus et mieux valorisés afin de développer leur marché.

ARDICI apporte également **une réponse aux consommateurs** souhaitant faire leurs achats de manière éclairée, et désireux d'encourager l'économie de proximité par leur choix du «fait local, fait artisanal».

Cette démarche a été **soutenue financièrement par la Province Nord, et par la Province Sud** qui ont perçu l'enjeu d'une telle action pour le développement économique et touristique de la Nouvelle-Calédonie.

La marque a ainsi pour objectifs de :

## VALORISER les produits

**Promouvoir l'artisanat local** est une demande récurrente des artisans d'art et des fabricants locaux d'objets à vocation touristique.

Authentifiant les productions des adhérents, ARDICI leur permet de se démarquer vis-à-vis de leur clientèle, de **faire reconnaître leur spécificité**, de valoriser leurs techniques et processus de fabrication.

Signe distinctif, vecteur d'image, ARDICI donne un coup de projecteur sur des artisans talentueux mais souvent discrets et isolés.

## FÉDÉRER les acteurs

**Rassembler autour d'une même priorité** qu'est la production artisanale locale : la conception même de ARDICI a généré une forte mobilisation des professionnels car la marque a été créée en collaboration avec eux. Son usage en tant que «**marque ombrelle**» par les adhérents permettra de développer collectivement la notoriété des initiatives individuelles.

Regroupant sous un même étendard des productions variées et des fabricants exerçant dans les trois provinces qui n'ont pas toujours la possibilité de mettre en place des actions pour se faire connaître, **ARDICI fédère autour de valeurs partagées : savoir-faire, créativité, authenticité, passion et proximité.**

Ces valeurs portées par les artisans adhérents seront véhiculées par les acteurs économiques, touristiques et culturels, relais de la marque ... tous ensemble mobilisés dans une approche commune de mise en lumière des savoir-faire calédoniens.

# SENSIBILISER les consommateurs

**Prendre conscience de la formidable attractivité culturelle et touristique** de l'artisanat d'art calédonien est un enjeu crucial.

Les produits estampillés ARDICI y contribueront. Ils sont représentatifs de la Nouvelle-Calédonie dans toute sa richesse et sa diversité. Sud, Iles Loyauté, Côte Est, Nord : la marque distingue des activités à l'ancrage local fort, des gestes puisant dans la tradition ou l'innovation et des produits souvent issus de la nature généreuse de notre archipel. **Entre Océanie et « French touch », la marque collective reconnaît un patrimoine et une identité propre à la Nouvelle-Calédonie.**

**Cette caution sur l'origine crée un lien de confiance entre l'artisan et le consommateur.** Elle est renforcée par le dispositif d'attribution officiel de la marque. C'est une garantie pour les clients qui disposeront désormais d'une information claire sur ce qu'est et représente l'artisanat de Nouvelle-Calédonie et sur les créations achetées, porteuses de savoir-faire, d'originalité et d'authenticité.

**ARDICI est ainsi un levier économique**, qui permet aux artisans de vendre des produits emblématiques du territoire, d'expliquer leur prix, de les promouvoir de façon commune et cohérente, avec une communication qui a d'autant plus d'impact qu'elle est coordonnée.

## AGIR pour le développement du secteur

**Répondre aux besoins de clarté et de proximité des clients** de plus en plus exigeants est un impératif pour le développement de l'artisanat d'art sur le territoire.

La création de la marque collective est innovante et assure aux consommateurs un choix en toute connaissance de cause. En préférant un produit porteur du logo ARDICI, le client effectue son acte d'achat sans risque de confusion possible entre des produits d'apparence similaire mais pourtant de nature et de provenance distinctes.

**Différencier positivement l'artisanat local vis-à-vis des produits finis importés** est l'une des raisons d'être de la marque. Ce repère est d'autant plus important concernant les produits symboliques de la Nouvelle-Calédonie tels que flèches faitières, «manous», robes «popinée», bijoux... et qui subissent la concurrence parfois forte de produits semblables, fabriqués de manière standardisée hors du territoire, importés en nombre et donc proposés à des prix moins élevés.

Dans le contexte actuel de développement touristique **ARDICI sert donc d'aiguillage pour la clientèle internationale** à la recherche de souvenirs typiques de leur lieu de villégiature et **pour la clientèle locale** encline à soutenir leur économie de proximité.

# ARDICI

Adhérer :

- Qui ?
- Comment ?
- Quand ?



Crédit photo Aimé NANGARD



# LES ADHÉRENTS

Peuvent prétendre à la marque ARDICI:

- **Les artisans d'art inscrits au Répertoire des métiers de la CMA-NC** dans les domaines de la pierre, du cuir, du bois, de la terre, du textile, du verre, du métal et de la vannerie, des bijoux et de la décoration. La liste des métiers d'art est consultable sur le site Internet de l'INMA <http://www.institut-metiersdart.org>
- **Les sculpteurs sur bois** inscrits uniquement au RIDET
- **Les artisans proposant une gamme de produits à vocation touristique** : cosmétiques, huiles essentielles, gravures, sérigraphies etc.

Les associations, collectifs ou activités issues du secteur informel ne peuvent prétendre à ce dispositif.

## UNE ADHÉSION EN TROIS ÉTAPES

L'adhésion à la marque est une **démarche volontaire** de l'entreprise qui formule une demande d'attribution, suivant une procédure normée.

Il s'agit d'un dispositif simple et sans droit d'entrée ni taxe de renouvellement.

La demande d'adhésion à la marque se fait sur présentation d'un dossier de candidature au Comité d'attribution.

**Étape 1 : retrait et envoi du dossier de candidature**

**Étape 2 : dépôt d'un échantillon représentatif de la production du demandeur**

**Étape 3 : passage du dossier en Comité d'attribution**

La marque est attribuée pour une durée de trois ans et renouvelable sur demande.

Elle est attribuée pour une gamme de produits déterminée.

## LE COMITÉ D'ATTRIBUTION

Comptant sept personnes, il est présidé par le Président de la Chambre de métiers et de l'artisanat et est également composé d'un élu de la CMA-NC, de deux agents de la CMA-NC et d'un représentant de chacune des trois provinces de Nouvelle-Calédonie.

En 2018, exceptionnellement puisqu'il s'agit du lancement de la marque, trois comités auront lieu aux dates suivantes :

- **6 juin** : le dossier de candidature doit être déposé au plus tard le 9 mai
- **4 juillet** : le dossier de candidature doit être déposé au plus tard le 4 juin
- **26 septembre** : le dossier de candidature doit être déposé au plus tard le 27 août

## LES CRITÈRES DE SÉLECTION

- **Le caractère artisanal du processus de fabrication**  
Indépendamment de la définition juridique de l'activité artisanale, il est fréquent de distinguer le processus de fabrication dit « artisanal » par opposition à « industriel ». Cette qualification signifie que le travail y est faiblement divisé, que les tâches manuelles y sont essentielles, peu répétitives, et demandent un savoir et un savoir-faire importants.
- **La production en Nouvelle-Calédonie**  
L'activité de conception, fabrication, transformation dans l'une des trois provinces du territoire doit être effective et vérifiable.  
Le degré de transformation devra être jugé suffisant par le Comité d'attribution.
- **La clarté de l'offre dans les points de vente**  
En cas de présence sur un même point de vente de produits locaux mais non artisanaux et /ou de produits finis importés aux côtés de produits éligibles à la marque, l'affichage du logo ARDICI ne doit jamais porter à confusion pour le consommateur, sous peine de se voir retirer la marque.

## LES SESSIONS D'ACCOMPAGNEMENT

Une fois la marque attribuée, l'artisan doit suivre une session collective d'accompagnement à l'usage de la marque, organisée par le Centre de formation de l'artisanat.

L'objectif de ces sessions est de délivrer toutes les informations nécessaires sur la marque à l'adhérent mais également de l'accompagner dans sa stratégie commerciale. Ainsi, il bénéficie de conseils pour adapter son offre et son discours auprès de ses clientèles, locale et/ou touristique.

Les premières sessions d'accompagnement à la marque auront lieu début juillet suite au premier Comité d'attribution du 6 juin.

A l'issue de cet accompagnement gratuit, le kit de communication ARDICI est remis à l'adhérent.

## LE KIT ADHÉRENT

Ambassadeurs de la marque, les artisans adhérents seront des relais de premier plan. Au sein de leur boutique, sur leur stand, brochure, réseaux sociaux et sur leurs gammes de produits, ce sont eux qui feront vivre et connaître la marque au quotidien.

**Des supports de promotion commerciale sont offerts** à l'adhérent dans son premier kit.

Ces outils ont été choisis en concertation avec les professionnels pour qu'ils soient adaptés à leurs usages et produits.

Autocollants 10x10 cm  
Autocollants 3x3 cm

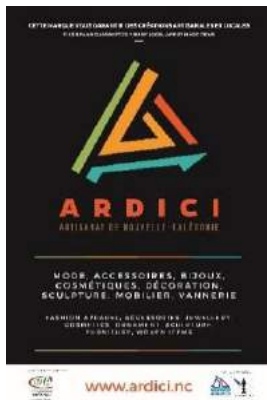


Etiquettes 5x6 cm  
Etiquettes 2,5x3 cm

Fanions



Affiche 40X60 cm



Flyers A5 recto-verso



Le logo en version numérique  
(pour sites Internet, réseaux sociaux)

## LES LIEUX DE VENTE

Les produits porteurs du logo ARDICI seront visibles **à partir de mi-juillet** en Nouvelle-Calédonie.

Les consommateurs pourront alors acheter les tous premiers produits estampillés de la marque collective dans les boutiques et ateliers des artisans, en dépôt-vente chez les commerçants, sur les sites de e-commerce, ainsi que dans les lieux de vente et d'exposition suivants :

- **Maison des artisans**
- **Marché de Port Moselle et marchés municipaux**
- **Foires locales : Bourail, Koumac, Foire des Iles, Foire du Pacifique etc...**
- **Salons locaux et internationaux**
- **ARTI'FÉES, quai Jules Ferry**
- **Atelier des femmes, quai Jules Ferry**
- **Galéristes**
- **Etc.**

# ARDICI

Un diagnostic

Une réponse

Et au-delà...



Crédit photo Kim MANGIAPAN

# ARDICI, UN BESOIN, UNE RÉPONSE

En 2015, la Chambre de métiers et de l'artisanat de Nouvelle-Calédonie inscrit à son Schéma Directeur une action de développement et de valorisation de l'artisanat d'art sur le territoire.

## Diagnostic

Un diagnostic est mené dans les trois provinces jusqu'en 2017 et permet d'identifier **près de 350 artisans d'art, dont 160 rencontrés** en face à face au sein de leur atelier. Cet état des lieux complet a aussi permis de faire l'inventaire des productions, d'évaluer les besoins des artisans et de mettre en place un accompagnement dédié.

Si cette démarche, basée sur l'échange, a dévoilé une richesse de savoir-faire et de talents, elle a également révélé un manque de visibilité des productions made in Nouvelle-Calédonie.

C'est pourquoi en 2017, la CMA-NC décide de créer la marque collective ARDICI. Toujours avec la volonté d'être dans une démarche participative, ce projet a impliqué **80 créateurs, mobilisés dans le cadre de groupes de travail sur la création de la marque** organisés dans les trois provinces.

## ET AU-DELÀ D'ARDICI...

Au-delà de la mise en place de cette marque collective, la Chambre de métiers et de l'artisanat de Nouvelle-Calédonie entreprend de nombreuses actions pour faire rayonner l'artisanat d'art sur le territoire et à l'étranger.

De la formalisation de **partenariat** avec les associations d'art représentatives, à **l'accompagnement individuel** des chefs d'entreprise, en passant par **l'octroi d'aides financières** aux artisans exposant sur les foires locales, les élus et agents de la CMA-NC œuvrent au quotidien pour structurer et développer le secteur de l'artisanat d'art calédonien.

ARDICI est une réalisation concrète, étape désormais inscrite dans un projet plus vaste. Car **l'artisanat d'art a plus que jamais une place à conquérir, à occuper et des défis à relever.**

Ainsi, le diagnostic réalisé a pointé certains freins pour l'expansion du secteur, tels que des difficultés d'approvisionnement en matières premières et outillages, une structuration des entreprises à améliorer, la nécessaire adaptation de leur stratégie commerciale, qu'elle soit individuelle ou collective pour le meilleur positionnement global du secteur, ou encore les enjeux de transmission propres à certains métiers.

La Chambre de métiers et de l'artisanat a aujourd'hui la vision nécessaire à l'activation de plusieurs leviers qui pourraient ouvrir **de belles perspectives** pour les acteurs de ce marché.

- **Le développement commercial des entreprises**, avec un accompagnement des professionnels par la CMA-NC sur leur stratégie commerciale pour augmenter leur visibilité, notamment sur Internet, mais aussi protéger leurs créations, optimiser leurs ventes, et fidéliser la clientèle.
- **Le déploiement de points de vente collectifs dédiés à l'artisanat**, qu'ils soient fixes ou bien éphémères et événementiels.
- **La pleine prise en compte de l'artisanat d'art dans la stratégie touristique de la Nouvelle-Calédonie**, avec le soutien des acteurs institutionnels et en synergie avec les commerçants, pour une action volontariste de valorisation de la production artisanale locale auprès de la clientèle internationale en recherche de produits authentiques.
- **L'émergence d'une offre ciblée vers les croisiéristes** : 1,2 millions de visiteurs descendus des paquebots en escale sur l'archipel sont escomptés à l'horizon 2025 ! La vente de produits artisanaux représente donc un fort potentiel économique et les artisans peuvent s'adapter aux besoins de cette clientèle spécifique.
- **Le renforcement de l'identité de l'artisanat d'art calédonien et de sa notoriété sur le territoire et à l'international** par un relai de communication actif via les acteurs touristiques et économiques locaux.
- **L'accompagnement à la structuration du secteur** par la mise en avant d'initiatives remarquables, le soutien à la création de nouvelles associations ou l'encouragement des regroupements.

# ARTISANAT D'ART : DÉFINITION

Selon l'[UNESCO](#), les produits artisanaux sont ceux fabriqués par des artisans, soit entièrement à la main, soit à l'aide d'outils à main ou même de moyens mécaniques, pourvu que la contribution manuelle directe de l'artisan demeure la composante la plus importante du produit fini.

Un métier d'art peut être défini par l'association de trois critères :

- la mise en œuvre de savoir-faire complexes pour transformer la matière
- la production d'objets uniques ou de petites séries qui présentent un caractère artistique
- la maîtrise du métier dans sa globalité par le professionnel

## PRODUITS EMBLÉMATIQUES DE LA NOUVELLE-CALÉDONIE

**L'artisanat d'art est représentatif de la Nouvelle-Calédonie dans toute sa richesse et sa diversité.** Diversité des techniques, richesse des parcours de vie et d'inspiration derrière les mains qui façonnent, mosaïque des cultures ancrées dans le territoire : Sud, Iles Loyauté, Côte Est, Nord.

Quelques exemples de la variété de produits emblématiques et authentiques :

- Sculpture traditionnelle en essence de bois telles que Kohu, Letchi, Gaïac, Pin colonnaire, Houp, Bois de fer etc.
- Pierre à savon
- Art lapidaire : objets et bijoux en serpentine, jade, bénitier fossile, dunite etc.
- Bijoux travaillés à partir de pierres locales, de graines et de coquillages
- Compositions en sables et argiles locaux telles que tableaux, poteries, émaux, ou céramiques
- Dents de mégalodon
- « Manou » peint à la main, robe « popinée », créations textile
- Huiles essentielles distillées localement (Niaouli, tamanou etc. )
- Produits cosmétiques extraits de la flore calédonienne
- Senteurs et parfums inspirés par la nature préservée de l'archipel
- Vannerie en pandanus et feuilles de cocotier: sacs, étuis, chapeaux, éventails, mobiles à suspendre etc.

## ARTISANAT D'ART : CHIFFRES CLÉS 2018<sup>\*</sup>

- **350 entreprises** identifiées

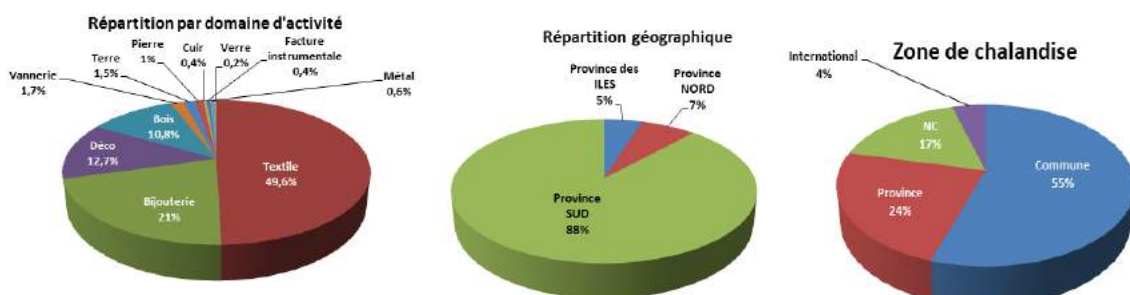
sur 11 064 établissements pour l'ensemble des 4 secteurs de l'artisanat, et soit 20 % du secteur de la production-fabrication auquel appartiennent les artisans d'art

- **40 métiers d'art** exercés dans **10 domaines d'activité**

sur 383 métiers recensés pour l'ensemble des 4 secteurs de l'artisanat, et soit 30 % des métiers du secteur de la production-fabrication

- **30% des artisans d'art déclarent n'avoir que cette source de revenus**

37% bénéficient des revenus du conjoint, et 33% de salaires, retraites ou activités secondaires





**A R D I C I**  
ARTISANAT DE NOUVELLE-CALÉDONIE

**Contacts Presse :**

**Laure LE GALL**

Directrice communication

Tél : 28 02 63 –75 35 25

laure.legall@cma.nc

**Célia GRONDIN**

Chargée de Communication

Tél : 28 02 64

celia.grondin@cma.nc



**Chambre de Métiers  
et de l'Artisanat**

Nouvelle-Calédonie