

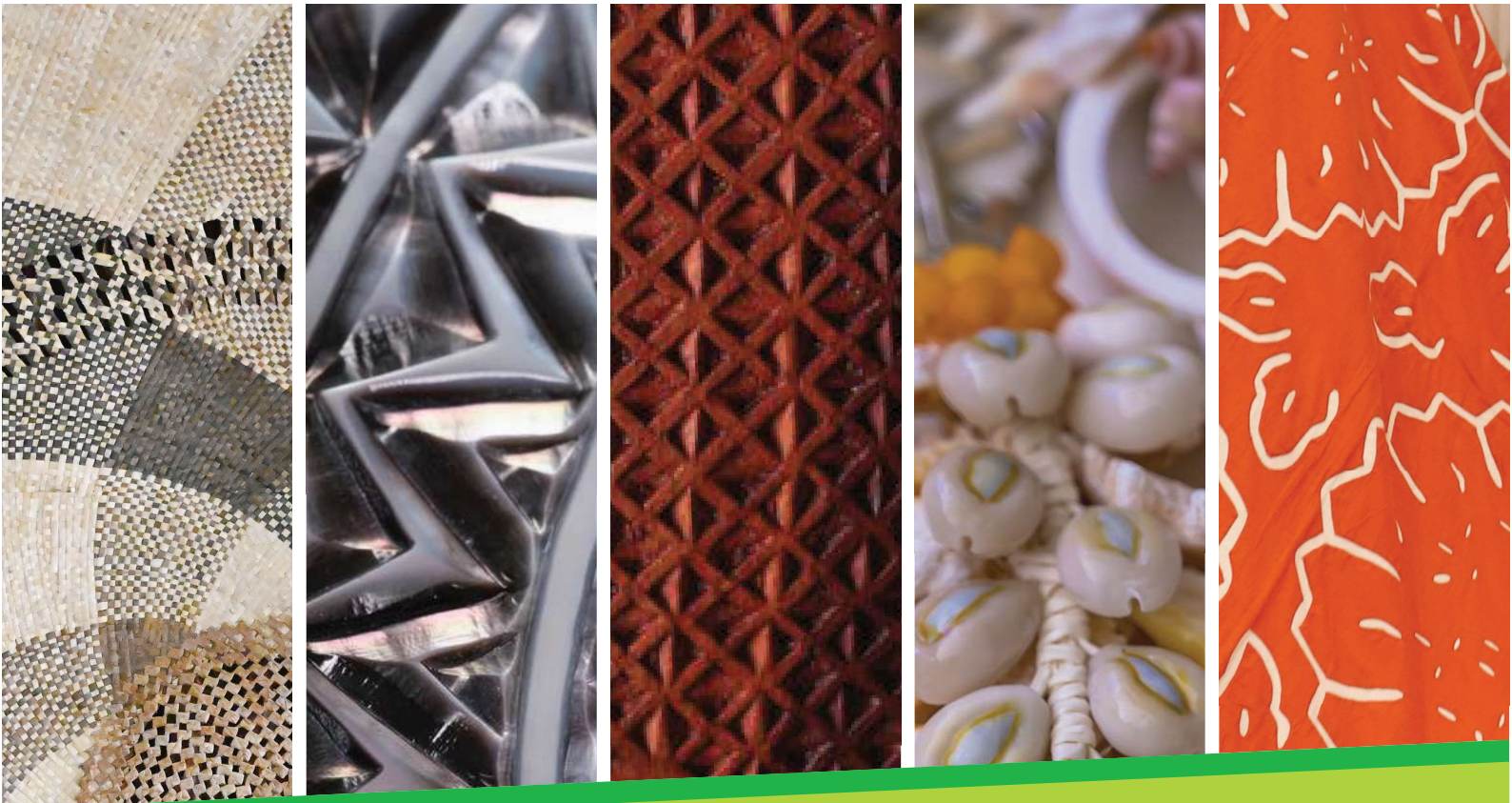


Schéma directeur de
**L'ARTISANAT
TRADITIONNEL**
PUTA ARATA'I NŌ TE RIMA'Ī PEU TUMU

« *La tradition est devant nous* »

SEPTEMBRE 2025



Ministère des Sports,
de la Jeunesse,
de la Prévention
contre la délinquance,
en charge de l'Artisanat



SERVICE DE
L'ARTISANAT
TRADITIONNEL
TE PŪ 'OHIPA RIMA'Ī

Une **vision collective** pour faire vivre notre **héritage**

L'artisanat traditionnel est un pilier essentiel de notre culture, un héritage vivant qui relie nos générations. Préserver ce savoir-faire, le transmettre et lui donner les moyens de se développer, tel est l'esprit dans lequel s'inscrit ce Schéma directeur. Fruit d'un long travail collectif, il s'appuie sur les contributions des artisans eux-mêmes et trace une vision partagée pour l'avenir de ce secteur.

Ainsi, 30 % du secteur – soit plus de 600 artisans traditionnels – ont été rencontrés en réunion collective ou en format individuel entre fin 2024 et début 2025.

Les cinq archipels polynésiens ont été sollicités, dans le cadre de missions qui ont permis au Service de l'artisanat de se rendre dans 9 îles emblématiques de la création artisanale, sans compter Tahiti et Moorea.

Je suis heureux aujourd'hui de porter l'aboutissement de cette démarche, qui témoigne de ce relai dans le temps, par-delà les orientations politiques, en transversalité également avec de nombreux ministères sollicités pour l'occasion. Cette approche est pour moi le gage d'un travail rassembleur qui vient poser les bases d'un cap, celui des cinq prochaines années, qui a été de surcroît défini avec les artisans traditionnels et leurs représentants.

Au final, ce document rend hommage à la complexité et à la richesse d'un secteur qui mérite toute notre attention. Estimé à plus de 2 milliards de chiffre d'affaires par an, à la croisée des enjeux de la culture et du tourisme, il porte une part de notre identité, contribue à notre économie, s'incarne dans des métiers d'avenir qui font sa force mais ne masquent pas ses fragilités, ni la nécessité d'apporter des réponses sur bien des sujets.

L'ambition du Pays est claire : donner à l'artisanat traditionnel tous les outils nécessaires pour se développer pleinement. Ce secteur est à la fois vecteur de notre identité culturelle, puissant outil d'ancrage territorial et formidable levier de rayonnement international.

En le soutenant, nous affirmons notre volonté de bâtir un avenir où la tradition et la modernité se conjuguent pour faire vivre et prospérer notre patrimoine commun.

Le plan d'action du **Schéma directeur de l'artisanat traditionnel 2030** – *Putā arata'i nō te Rima'i peu tumu* s'articule ainsi en trois grands axes et 45 préconisations prioritaires : *Gouvernance, Structuration, et Commercialisation.*

C'est un document porteur d'espoir, celui que l'artisanat traditionnel puisse prendre toute son ampleur, grâce à notre engagement et à notre collaboration, d'ici l'horizon 2030.

Kainuu TEMAURI,
Ministre en charge de l'Artisanat

Une **action publique** avec et pour **nos artisans**

Ce schéma directeur est un outil pour rendre plus efficace l'action publique. Il doit ainsi permettre de mobiliser des moyens afin d'atteindre un cap partagé et cohérent, choisi et pensé de manière collective, réaliste, avec une pleine conscience des enjeux. Le service de l'artisanat traditionnel s'inscrit dans la continuité de 40 ans d'action auprès de nos artisans.

C'est avec un véritable enthousiasme que le Service de l'artisanat traditionnel porte la préparation du **Schéma directeur de l'artisanat traditionnel 2030** et le voit arriver au bout de son parcours technique. Il est le résultat d'années de travail, de nombreuses réunions à l'écoute du secteur, et d'un patient travail collaboratif pour récolter les attentes et la vision des artisans eux-mêmes.

Ce cheminement a permis également de rapprocher le Service de ses usagers, de renforcer les échanges avec les circonscriptions et les liens avec les artisans des archipels éloignés, pour répondre à ce besoin premier : donner un cap au secteur, dans lequel l'ensemble de notre effort et de nos actions s'inscrira demain.

Je tiens à saluer à cette occasion le dynamisme et la cohésion des agents du Service, leur engagement malgré la fatigue parfois, pour tenir les délais et organiser des formats nouveaux, mais toujours avec la même approche positive, bienveillante et volontaire.

Ce Schéma directeur nous permettra de donner une nouvelle impulsion à notre action, et de porter l'artisanat chaque jour plus loin, en partenariat avec ses acteurs.

Vaiana GIRAUD,
Cheffe de Service de l'artisanat traditionnel

Rappel de la démarche

Le Service de l'artisanat traditionnel disposait déjà de feuilles de route élaborées en 2020, puis en 2022, et fixant des axes et des actions spécifiques à mettre en œuvre.

Néanmoins, la nécessité de renforcer la notoriété du Service et l'implication collective de l'ensemble des acteurs dans ces dynamiques, ont conduit à relancer une phase d'échanges et de rencontres avec les artisans et leurs associations et fédérations.

Ces rencontres ont été initiées à l'occasion des principaux salons d'artisanat des archipels sur Tahiti en fin d'année 2024, puis lors de la célébration des 40 ans d'existence du Service, et enfin en organisant une tournée dans les îles des 5 archipels entre février et juillet 2025. Un séminaire regroupant 65 artisans représentatifs des archipels et des métiers s'est tenu le 24 juillet 2025 afin d'aborder des regards plus larges pour l'avenir du secteur (la cohésion, l'ambition, l'intégration et la structuration).

Ces consultations ont réuni plus de 600 artisans et environ 100 acteurs et partenaires politiques, administratifs et de la société civile. Selon différentes thématiques, en comparant et complétant les feuilles de route antérieures, un total de 70 préconisations distinctes ont été recueillies.

En parallèle de cette démarche, le Service de l'artisanat traditionnel a initié courant 2025 à la fois une mise à jour de la Cartographie économique de l'artisanat traditionnel qui avait été mise en place en 2022, ainsi qu'une étude complémentaire pour livrer un Diagnostic des fare d'artisanat.

Celles-ci ont été examinées, sélectionnées puis ordonnancées par la Commission de cadrage réunie durant 2 jours à cette occasion.

La Commission de cadrage, composée à la fois de représentants des services, des circonscriptions et différents ministères concernés, ainsi que des représentants des artisans, par archipels et par métiers, a défini collégialement les objectifs principaux de ce schéma directeur, et le plan d'action qui en découle au mois d'Août 2025.

Après la phase d'élaboration et d'adoption par les institutions (le Gouvernement, le Conseil économique, social, environnemental et culturel [CESEC] et l'Assemblée de la Polynésie française), le Service de l'artisanat traditionnel et les instances de gouvernance auront à déterminer les moyens, les porteurs, et les indicateurs retenus et réalisés pour les actions mises en œuvre, chaque année, jusqu'à la fin de l'année 2030, au fur et à mesure du déploiement du plan d'actions.

En conséquence, la réussite de cette démarche collective et collaborative repose sur un pilotage exigeant et suivi.

Sommaire

L'ARTISANAT TRADITIONNEL : CADRE ET DÉFINITION	6
LES MÉTIERS DE L'ARTISAN TRADITIONNEL	7
LES PRINCIPAUX ENJEUX DE L'ARTISANAT	8
SYNTHÈSE DES CONSTATS DE L'ÉTUDE DE CONTEXTE	13
LES OBJECTIFS STRATÉGIQUES	15
LA VISION GLOBALE	16
LES OBJECTIFS SPÉCIFIQUES ET LES RÉSULTATS ATTENDUS	16
LE PILOTAGE DU SCHÉMA DIRECTEUR	18
SCHÉMA DE DÉPLOIEMENT	20
LE PLAN D' ACTIONS 2030	22
1. GOUVERNANCE	24
2. STRUCTURATION	30
3. COMMERCIALISATION	34
LES ANNEXES :	
SYNTHÈSE DE LA CARTOGRAPHIE ÉCONOMIQUE DE L'ARTISANAT TRADITIONNEL 2025	
SYNTHÈSE DU DIAGNOSTIC DES FARE D'ARTISANAT	



L'ARTISANAT TRADITIONNEL :

CADRE ET DÉFINITION

L'artisanat traditionnel est un domaine riche dont la définition peut sembler variable et évolutive, en lien avec la créativité des femmes et hommes qui lui donnent corps.

Dans cette perspective, une loi du pays, attendue de longue date et adoptée en 2022, a permis de **reconnaître le statut de l'artisan traditionnel et d'encadrer le secteur** au moyen de définitions qui ont été précisées en 2026.

L'artisan traditionnel se définit ainsi à la fois par **son métier et par les objets** qu'il crée. Au sein de ces définitions, l'amplitude du secteur est sans limite, allant du simple souvenir à l'œuvre d'art.

Ainsi, l'artisan traditionnel est une **personne physique, y compris le dirigeant social d'une personne morale**. Son entreprise ne compte pas plus de dix salariés.

L'artisan traditionnel exerce des activités de production, création, transformation, reconstitution, réparation ou restauration, à caractère culturel ou esthétique, propres à la Polynésie

française, en **mettant en œuvre des techniques, motifs et dessins hérités du patrimoine culturel polynésien** et de ses évolutions récentes.

Ses activités peuvent être assistées de machines-outils à condition que le processus de production ne soit pas automatisé. L'artisan traditionnel vend essentiellement des produits ou des services issus de son travail.

Selon les structures, le secteur intègre également les **associations d'artisanat traditionnel**, fédérations (regroupant les associations) ou comités (regroupant les fédérations), dont les statuts sont dédiés à des **activités d'artisanat traditionnel** et dont la majorité des membres sont des artisans traditionnels.

L'**objet d'artisanat traditionnel** recouvre pour sa part toute création ou produit spécifique à la Polynésie française, ayant pour référence le patrimoine culturel polynésien. L'objet est réalisé par un artisan traditionnel **utilisant majoritairement des accessoires et des matières premières préparés et produits localement**. L'utilisation de ces accessoires et matières est encadrée par un arrêté.

LES **MÉTIERS** D'ARTISAN TRADITIONNEL

Bijouterie
traditionnelle



Sculpture
et gravure
(sculpteur,
graveur, nacrier)



Vannerie
(vannier)



Confection en
tissu (*tīaifai*,
pāreu, couturier)



Préparation
de matières
premières (*more*,
tapa, *pae'ore*)



Art floral
(fabricant de
parures florales)



Fabrication
instrumentale
(fabricant et
réparateur de
percussions,
d'instruments à
cordes, etc.)



Décoration
conception
(peintre-
décorateur,
décorateur,
costumier, etc.)



LES PRINCIPAUX **ENJEUX** DE L'ARTISANAT TRADITIONNEL

L'artisanat traditionnel n'est pas homogène, il se situe à la croisée de multiples enjeux très différents.

La dimension économique est centrale, ressource additionnelle et marginale pour certains alors qu'elle peut constituer le principal revenu (parfois conséquent), pour une autre partie des artisans traditionnels.

La dimension culturelle et identitaire, ensuite, n'est pas toujours considérée comme elle le devrait. Vecteur de tradition, de transmission, de savoir-faire, chaque archipel se distingue aussi par son artisanat. Et la Polynésie dans son ensemble, se différencie ainsi des autres peuples insulaires du Pacifique.

Enfin, les dimensions sociales et communautaires sont structurantes. L'artisanat permet de tisser et maintenir des liens intra et extra familiaux, intergénérationnels, au cœur de la vie des îles, des communes, des quartiers, des districts, des archipels.

Il peut sembler étonnant que le secteur dispose de son propre Service administratif, depuis plus de 40 ans, ce qui constitue une originalité polynésienne à l'échelle du Pacifique.

Si le secteur peut relever, selon les approches, de la culture, de l'économie, du tourisme, voire même de l'agriculture, il se caractérise avant tout par la multiplicité de ses enjeux, indissociables, et la nécessité de les considérer tous ensemble.

Le choix du Pays s'est donc porté, il y a plusieurs décennies, sur la constitution d'un Service dédié. Celui-ci a la tâche de porter le maintien et l'expansion d'un secteur dont les contours ont

sensiblement évolué (matières, techniques, transmission, formations, commercialisation...) ces dernières années, et dont la « professionnalisation », avérée bien que toujours inégale, ne cesse d'interroger les objectifs et les enjeux.

La dimension économique est encore délicate à préciser. Une part des artisans est patentée ou au sein d'associations structurées. Ils sont insérés économiquement, déclarent leurs ventes et leurs revenus, disposent de statut et droits valides à la CPS.

La plus grande part demeure pourtant encore informelle, communautaire, additionnelle – en complément

d'autres revenus liés à des activités sans rapport direct avec l'artisanat —, voire sociale, pour des familles dont les revenus générés complètent leurs prestations familiales.

Il n'y a pas là d'homogénéité du secteur, ce qui explique en partie **sa fragmentation, parfois son manque de cohésion, et la difficulté de fixer des objectifs qui fédèrent l'ensemble des artisans.**

Chacun est à sa tâche dans son atelier, avec son réseau de fournisseurs et de revendeurs, souvent associatifs. Déterminer des ambitions sectorielles réellement partagées, un cap commun, une dynamique qui rassemble, s'avère donc en soi un défi délicat à relever.

Selon l'IEOM et le Service de l'artisanat traditionnel, en 2024, ce sont 700 associations et 2 000 artisans recensés, qui constituent le cœur de l'activité, dont plus de 50% sont situés en dehors des îles du Vent. Par ailleurs, 3 artisans sur 4 sont des femmes, en majorité de plus de 50 ans.

Les dernières études, et notamment la cartographie économique réalisée en 2022 à la demande du Service, et actualisée fin 2025, évaluent le poids économique du secteur autour de **2 à 3,3 milliards XPF/an**, dont seulement 15 à 30 % selon les estimations seraient pleinement déclarés et identifiés.

Dans le détail, l'artisanat traditionnel regroupe **une quinzaine de métiers identifiés**, avec chacun des savoir-faire, pratiques et techniques qui

peuvent varier selon l'archipel, l'île ou l'atoll, ou l'expérience particulière d'un artisan expert. Cette diversité d'usages et de méthodes, qui constitue la richesse de l'offre, ne simplifie pas la transmission et la formation, ni le renouvellement des générations.

Son intégration dans les circuits et réseaux économiques et culturels demeure toujours marginale, trop occasionnelle, malgré une présence prépondérante dans la vie quotidienne des Polynésiens, au sein des *fare*, des lieux de vie.

« Pour se rémunérer à hauteur du SMIG et s'insérer dans l'économie, le sculpteur doit presque doubler le prix de vente de son produit »*

De ces constats découle, de longue date, un défi pour l'administration polynésienne, d'être en capacité d'accroître, chaque année, **la cohésion, l'intégration, la connaissance et la reconnaissance du secteur.** Tout comme, pour en réduire la part informelle, de voir **s'accroître les formalités effectuées** par les artisans, qui sont encore nombreux à témoigner de la défiance envers les démarches et déclarations obligatoires.

Un autre constat économique marquant concerne **la répartition des tâches et celle des revenus**, entre gestion et approvisionnements en matières premières, productions artisanales, vente directe et revente. Elles demeurent globalement peu organisées, ou de manière empirique.

LES PRINCIPAUX ENJEUX DE L'ARTISANAT TRADITIONNEL

Beaucoup d'artisans cumulent ces activités, ou s'arrangent en famille ou en association pour parvenir **à participer au mieux à l'ensemble de la chaîne de valeur**. Ils sont bien plus rares à se spécialiser, rationaliser et optimiser leur temps, leur(s) activité(s) et, en conséquence, leurs revenus.

Les opportunités et lieux de vente en revanche, même s'ils doivent encore nécessiter des efforts et améliorations, donnent corps à **des circuits de commercialisation** plutôt nombreux (trop, selon certains) et bien identifiés.

Les salons, organisés par le Service de l'Artisanat ou par les fédérations d'associations, par archipel principalement ou par type de métiers, constituent la partie la plus visible, dynamique et événementielle, de la commercialisation. Ceux-ci s'adressent principalement aux résidents, à la population locale, et dans une moindre mesure aux visiteurs internationaux.

« Certaines boutiques proposent un mélange d'artisanat local et importé, des cosmétiques et produits agricoles transformés, et sont mieux référencées que les fare. »*

Les « Fare Rimaï » et les lieux de vente spécifiques, comme les marchés, font l'objet d'une analyse critique courant 2025 sur leurs modes de gestion et la cohérence de l'offre qu'ils pro-

posent. Ils constituent le second pilier de la commercialisation, et dépendent pour une grande part cette fois de l'activité touristique de la commune ou de l'île concernée, notamment à l'occasion des accueils des navires de croisière. Leurs offres sont éclectiques, souvent très accessibles, voire contrefaites ou importées, malgré une inquiétude accrue mais une vigilance perfectible des associations gestionnaires pour assurer la traçabilité des productions mises en vente.

Les boutiques d'artisanat et de souvenirs, principalement pour les touristes, dans une poignée d'îles, proposent des débouchés complémentaires à de nombreux artisans.

Plus confidentiel, le réseau des galeries orientées vers l'artisanat d'art traditionnel, parfois au sein des hôtels les plus prestigieux, cible très distinctement une clientèle à haut revenu, très éduquée. Pourtant, l'absence de contact direct avec les artisans experts est regrettable, et constitue une faiblesse pour l'essor de ce segment.

Les ventes via les canaux numériques, réseaux sociaux ou sites spécialisés, ou à l'export, sont encore secondaires, malgré la modernisation de la communication et de la promotion. Ce sont toujours des opportunités perçues comme annexes, voire comme problématiques en raison de la copie d'œuvres – locale ou internationale – très répandue.

En matière d'export, **la méconnaissance globale des démarches et contraintes, des obligations en matière douanières et de biosécurité**, engendre également des freins récurrents.

Par ailleurs, **des tensions de plus en plus fortes sont apparues ces dernières années sur l'approvisionnement en matières premières**, qu'il s'agisse de matières naturelles locales (bois, nacrés, plantes, coquillages...) ou de matières transformées et importées (tissus...).

Une gestion plus efficace est cruciale et nécessaire pour assurer la pérennité de plusieurs formes d'artisanat. Tandis que de nouvelles matières, comme de nouveaux usages de matières plus abondantes, peuvent être explorés et promus.

Les artisans se sont toujours adaptés, mais **anticiper les besoins en matières premières, et mieux coordonner les circuits de récolte, de production, d'achats groupés** constituent des enjeux forts des prochaines années.

*De fait, un nombre important des actions de ce schéma directeur porte sur **ces différents aspects économiques**, au centre des préoccupations quotidiennes des artisans, et stratégiques pour le développement de leur secteur.*

Néanmoins, au-delà des aspects de structuration du secteur économique, et de commercialisation comme de revenus pour les artisans, **l'artisanat traditionnel est également l'un des piliers culturels polynésiens.**

Il incarne une part sensible de l'identité polynésienne, tout comme les langues, les chants, les danses, les sports traditionnels, les tatouages, les recettes et savoir-faire culinaires..., qui peuvent également véhiculer cette identité, chacun à sa mesure.

Ces savoirs, ces techniques, la connaissance des matières locales, ceux du quotidien, tout comme ceux qu'il faudra redécouvrir, hérités des époques passées, doivent pouvoir être **mieux considérés, valorisés et transmis aux jeunes générations.**

La maîtrise des bases artisanales peut devenir aussi un marqueur et un facteur d'identification et d'appartenance, caractéristiques et distinctifs, du peuple Polynésien.

Il s'agit d'un axe fort de l'ambition portée pour les années à venir, qu'une meilleure intégration avec d'autres filières économiques, se double d'**une intégration culturelle plus affirmée**, dès le plus jeune âge, favorisant la transmission et le rajeunissement dans la maîtrise des savoir-faire.

LES PRINCIPAUX **ENJEUX** DE L'ARTISANAT TRADITIONNEL

* H. Maamaatuaiahutapu

L'expression choisie comme formule de ralliement pour ce schéma directeur, invite à étendre les connaissances traditionnelles, et à les transmettre toujours davantage aux plus jeunes.

« La tradition est devant nous »*

Il s'agit de **se confronter encore davantage aux nouveaux usages, aux nouvelles pratiques, aux nouveaux débouchés, à l'inventivité des créateurs de nos archipels**, tout en respectant ou s'inspirant des méthodes et des codes les plus anciens.

Comme les autres formes de création, l'artisanat traditionnel évolue, depuis toujours. Il demeure essentiel dans la vie quotidienne de nombreux Polynésiens, conserve encore une dimension utilitaire, moindre par rapport à une part plus esthétique, ornementale et populaire, identitaire encore parfois, mais moins porteuse de sens et de significations culturelles fortes que par le passé.

Il convient probablement de mener, en conséquence, comme pour chacune des formes de création culturelle traditionnelle, une réflexion et une dynamique organisée, contribuant à un renouveau et un regain d'attractivité de l'artisanat traditionnel de la Polynésie française.

Par ailleurs et pour finir, même si ce sujet est moins étudié et documenté, les associations artisanales des îles, au sein de différents archipels (principalement aux Australes, Tuamotu Gambier et Marquises), ainsi que les événements qu'elles organisent ou auxquels elles participent, sont essentiels à **la vie communautaire**.

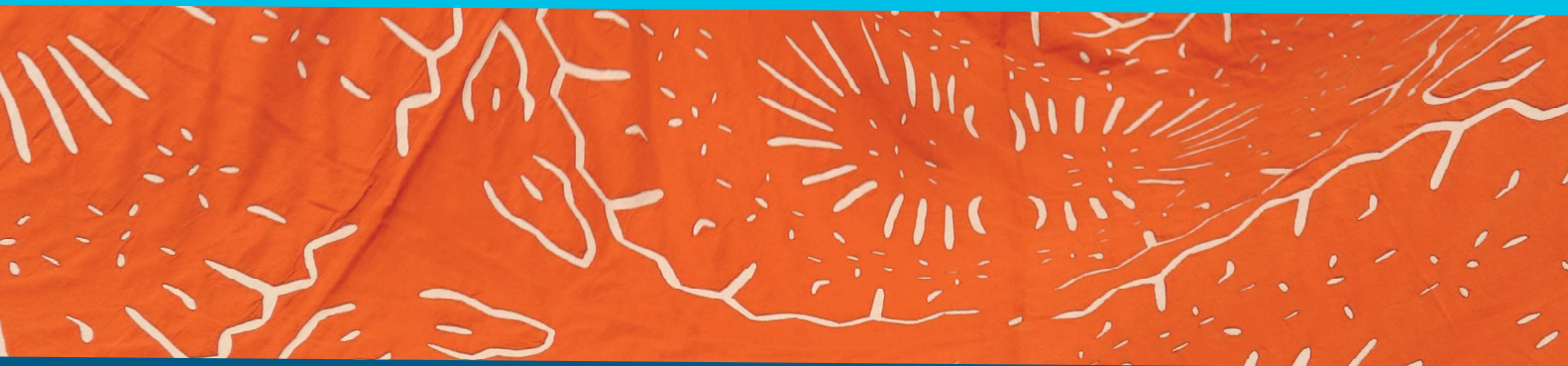
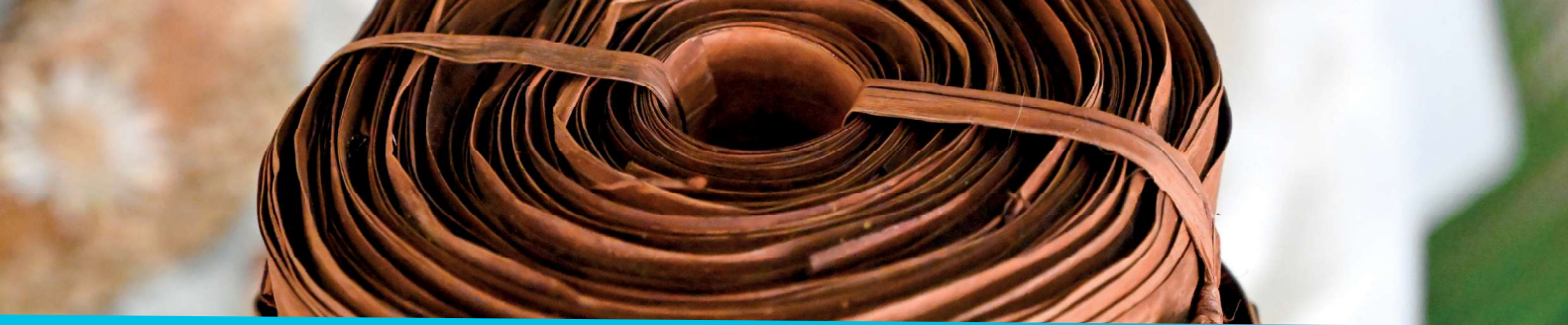
Comme d'autres associations, culturelles ou sportives, ces associations artisanales renforcent **le lien entre les générations, la transmission de valeurs et de savoirs. Elles transmettent aussi des formes d'organisation de la vie et de l'activité collective, de partage et de solidarité** entre ses membres.

Par ce biais, **une dimension sociale perdure**, qui apporte à certains ménages, certaines familles, des compléments de revenus utiles, voire nécessaires, au maintien de ces populations dans leurs îles d'origine, à leur dignité, à leur place dans la communauté.

Réguler, professionnaliser, organiser l'artisanat traditionnel, avec une approche globale, administrative et économique, ne doit pas porter atteinte à **la capacité de ces associations de contribuer au maintien des communautés**. Le « Pupu », qui incarne l'identité communautaire traditionnelle, perdure par leur biais. La place et le rôle de ces associations doivent donc être renforcés et accompagnés au-delà des aspects économiques, administratifs ou fiscaux.

SYNTHÈSE DES CONSTATS DE L'ÉTUDE DE CONTEXTE

FACTEURS INTERNES	FORCES • Forte valeur culturelle et identitaire • Richesse et diversité des savoir-faire • Poids économique significatif • Contribue au maintien des solidarités communautaires • Ancrage territorial et apport social fort • Soutien institutionnel structuré et ancien	FAIBLESSES • Secteur fortement informel • Structuration et cohésion sectorielles trop légères • Vieillessement des artisans • Forte disparité de revenus parmi les artisans • Faible intégration dans les circuits économiques formels • Déficit de reconnaissance et de visibilité
FACTEURS EXTERNES	OPPORTUNITÉS • Dynamique stratégique à l'horizon 2030 • Synergies avec le tourisme, la culture et l'économie • Montée en puissance du label Fenua Original et de la protection • Développement de la visibilité et de la promotion • Renouveau par la formation et la transmission	MENACES • Raréfaction des matières premières • Concurrence des produits importés et contrefaits • Difficultés réglementaires et administratives • Risque de perte des savoir-faire





Les objectifs stratégiques **2030**



LA VISION GLOBALE & LES OBJECTIFS SPÉCIFIQUES

Après débats et arbitrages, la commission de cadrage du *Schéma directeur de l'artisanat* a formalisé l'**objectif global à l'horizon 2030**, au travers l'expression d'une **vision** pour l'ensemble du secteur :

Dans 5 ans, les savoir-faire de l'artisanat traditionnel seront mieux **valorisés & protégés**.

Le secteur doit se **structurer** davantage et mieux s'organiser, pour plus de **solidarité** et de **cohésion**.

Par ailleurs, il va davantage **s'intégrer** aux autres filières de l'économie polynésienne, et progresser en matière d'**exportation**.

Les **objectifs spécifiques** et les **résultats attendus** pour les prochaines années, sont les suivants :

1. Agir pour maintenir les savoir-faire ainsi que l'acquisition et la transmission entre les générations

Perpétuer les savoir-faire traditionnels, cela signifie diffuser plus largement les **compétences pratiques**, les **gestes métiers**, les **techniques et outils** spécifiques à chaque création artisanale.

Certains se sont perdus et doivent être redécouverts. Initier les nouvelles générations est nécessaire pour perpétuer les savoir-faire.

Résultat 1 :

Les savoir-faire sont transmis de manière plus large et attractive, et les artisans recensés sont plus nombreux.

2. Structurer la gestion et l'approvisionnement en matières premières avec une capacité de projection sur plusieurs années

Mieux gérer les matières premières nécessaires pour l'artisanat traditionnel relève à la fois de la protection, la cohésion, la structuration et de l'intégration du secteur. Cela implique de pouvoir **identifier ces matières**, leurs volumes d'utilisation, les tensions et **difficultés d'approvisionnement** actuelles et à venir, et **anticiper** sur les pénuries futures.

Résultat 2 :

Les matières premières sont recensées, gérées, optimisées. Les matières moins utilisées sont favorisées, et les pénuries sont évitées.



3. Renforcer les échanges et la coopération entre l'artisanat traditionnel et d'autres filières sociales, économiques et culturelles

Mieux **intégrer l'artisanat traditionnel** signifie participer de manière pérenne à **des réseaux économiques, sociaux et culturels**. Cela doit se concrétiser pour la formation, l'éducation et les matières premières, comme pour la commercialisation, l'exportation et les perspectives économiques (l'innovation et les activités indirectes et connexes).

Résultat 3 :

Les artisans ont davantage d'occasions de collaborer, de manière structurée, avec d'autres secteurs de la vie économique, sociale et culturelle polynésienne.



LE **PILOTAGE** DU SCHÉMA DIRECTEUR

Afin de répondre aux enjeux identifiés, aux difficultés de déploiement des politiques publiques à l'échelle du territoire, au sein de chaque archipel et chaque commune, il est proposé un schéma de pilotage autour d'une **instance** principale.

Le **comité de pilotage** du schéma directeur

« **CoPil Artisanat** »

Cette instance, définie par un arrêté en conseil des ministres, sera présidée par le **Ministère en charge de l'Artisanat** et coordonnée par le Service de l'artisanat traditionnel. Elle sera sensiblement similaire à la commission de cadrage, et composée de **trente-deux membres** de plein droit au maximum.

S'inspirant de la Commission consultative de l'Artisanat traditionnel, constituée en 2022, sa composition devra tenir compte de la représentativité suivante :

- les différents ministères impliqués (Artisanat, Éducation, Tourisme, Économie, Culture, Agriculture et Pêche, Environnement) ;
- les chefs de service des circonscriptions administratives ;
- la direction du Centre des Métiers d'Art ;
- des représentants de l'Assemblée de la Polynésie française et du CESEC ;
- un représentant des communes ;
- des artisans traditionnels représentatifs de tous métiers, statuts et archipels ;
- des personnalités désignées pour leurs compétences ;
- et des représentants des organismes économiques, touristiques et culturels.

Le CoPil peut convier les représentants d'autres ministères, des services administratifs de la Polynésie française, des services de l'État en Polynésie française, des établissements et organismes publics, para-publics et privés, du monde académique et de la recherche, des associations et de la société civile, en lien avec les politiques de l'Artisanat traditionnel, à participer aux séances. Il peut faire appel à des experts et intervenants complémentaires sur des problématiques ou sujets spécifiques.

Réuni au **moins une fois par an**, ce comité devra examiner l'avancement global du déploiement du plan d'actions, valider le plan de déploiement du plan d'actions en début d'année, examiner l'évolution des indicateurs du Schéma directeur et de tout autre indicateur pertinent, et enfin examiner et valider les productions du Service de l'artisanat traditionnel en lien avec le Schéma directeur.

Chaque compte-rendu des séances du CoPil Artisanat sera présenté pour information en Conseil des ministres sous forme synthétique, et partagé avec la commission en charge de la culture et de l'artisanat au sein de l'Assemblée de la Polynésie française.

Évaluation & suivi

Le pilotage doit permettre d'organiser et de suivre la mise en œuvre des actions, ainsi que d'identifier les avancées et les difficultés rencontrées.

Lors de la phase de mise en œuvre, chaque objectif opérationnel et chaque action directe devra être accompagné de **critères d'évaluation spécifiques, mesurables et réalistes**, conformément au modèle SMART. Ces critères devront être associés à une échéance précise ou à une durée clairement définie.

Les indicateurs retenus, ainsi que l'évaluation des résultats, seront **proposés par le Service de l'artisanat traditionnel et validés par le CoPil Artisanat**. Il revient au service d'en assurer la définition et le suivi.

Par ailleurs, le suivi des résultats sera présenté à mi-parcours, puis à l'issue du déploiement.

Enfin, la commission de cadrage recommande de **rendre publics**, chaque année (via le site internet, les médias, etc.), les différents éléments liés au déploiement du schéma directeur, tels que les rapports, les études ou encore les indicateurs utilisés.



SCHÉMA DE DÉPLOIEMENT

VISION

Pour l'atteindre...



3 OBJECTIFS SPÉCIFIQUES

ont été identifiés comme prioritaires, auxquels sont rattachés

DES RÉSULTATS

qui devront être évalués.



Pour y parvenir

1 PLAN D' ACTIONS

regroupe soit des actions directes soit des objectifs opérationnels selon 3 axes d'intervention :

1. GOUVERNANCE

2. STRUCTURATION

3. COMMERCIALISATION



26 objectifs opérationnels qui indiquent ce qui doit être fait concrètement et qui orientent vers l'action à mener.



19 actions directes qui désignent les interventions concrètes et immédiates.

PILOTAGE & ÉVALUATION

Le pilotage par le Service de l'artisanat et un comité (CoPil) doit permettre d'organiser et de suivre la mise en œuvre des recommandations, les progrès et les difficultés.





Plan d'actions 2030



Lors des travaux préparatoires et de consultation, **70 préconisations** ont été recueillies sans restreindre les thématiques ou les types de propositions.

La commission de cadrage a déterminé le périmètre du plan d'actions, puis elle a **examiné, sélectionné et ordonnancé** l'ensemble de ces préconisations.

Au terme du processus de sélection, **26 objectifs opérationnels et 19 actions directes** ont été retenus par la commission de cadrage, répartis selon **3 axes de déploiement**, à mettre en œuvre sur 5 ans.

La priorisation, la budgétisation, l'évaluation des actions seront réalisées dans le cadre du déploiement coordonné par l'instance de pilotage du schéma directeur.

LE PLAN D' ACTIONS 2030	20
1. GOUVERNANCE	22
2. STRUCTURATION	28
3. COMMERCIALISATION	32

Objectif opérationnel à décliner en actions directes.

Il définit ce que l'on veut s'assurer d'accomplir de manière opérationnelle, puis qu'il va falloir évaluer.

Action directe à mettre en œuvre.

Par sa réalisation, elle contribue à atteindre les objectifs stratégiques et/ou opérationnels retenus dans le cadre du schéma directeur.

1 GOUVERNANCE

Évolution du service

G1-O Renforcer la communication et l'identification du Service de l'artisanat traditionnel

Il est constaté un déficit de notoriété du Service, même parmi les artisans. Il faut qu'il puisse davantage se projeter dans les îles, auprès des artisans, au sein des lieux de production, afin de mieux informer et faire connaître les démarches et dispositifs. Par ailleurs, la mise en place d'une cellule interne de coordination avec les communes, autres services, *Fare Ora*, Circonscriptions, établissements et partenaires (CCISM, ADIE, MFR, CMA, RSMA...), permettra de renforcer cet objectif d'identification et de déploiement de l'information au plus près des artisans et des principales îles de production.

G2-O Réorganiser le Service de l'artisanat traditionnel pour étendre son champ d'action

Pour répondre à ses missions et au cap donné par le schéma directeur, le Service doit faire évoluer son statut, voire être en mesure d'interagir avec une structure complémentaire, en charge de certains aspects du développement du secteur, tel que cela se pratique dans d'autres domaines (tourisme [SDT/Tahiti Tourisme] ; jeunesse et sports [DJS/IJSPF] ; culture [DCP/TFTN]...).

G3-O Renforcer la coordination statistique pour recueillir et traiter davantage de données

Établir des partenariats pérennes avec différentes entités pour collecter, interpréter et recouper les différentes données obtenues (ISPF, CCISM, CPS...). Dans ce cadre, la mise en place d'un tableau de bord de pilotage du secteur (à partir de données de l'application statistique et d'autres données) est nécessaire à terme.

G1-A Envisager l'élaboration et l'adoption d'une loi cadre réglementant les activités artisanales professionnelles

Pour compléter les dispositifs juridiques définissant le cadre légal du secteur, il est recommandé, à l'instar de la Perliculture (LP 2017-16), de pouvoir disposer d'une loi de Pays réglementant les activités professionnelles liées à la production et la commercialisation des produits de l'artisanat traditionnel.

-O Objectif opérationnel à décliner en actions directes

-A Action directe à mettre en œuvre

Protection

G2-A Assurer le suivi et une bonne garantie au label « *Fenua Original* »

Si la création du label est saluée, face à la concurrence de mauvaise qualité, souvent importée, il faut s'assurer d'un contrôle rigoureux qui permette d'en assurer et d'en maintenir la crédibilité.

G3-A Réaliser la description détaillée des produits emblématiques de l'artisanat traditionnel polynésien

Qu'il s'agisse d'envisager des niveaux de protection, locaux ou internationaux, ou de simplifier les procédures administratives (pour l'exportation notamment) liées à la commercialisation, il est nécessaire de réaliser un descriptif précis des différents objets emblématiques de l'artisanat traditionnel (matières, méthodes et techniques, origines géographiques et symbolique...).



1 GOUVERNANCE

Intégration avec les communes

G4-O Solliciter davantage les relais d'informations des communes pour l'information aux artisans

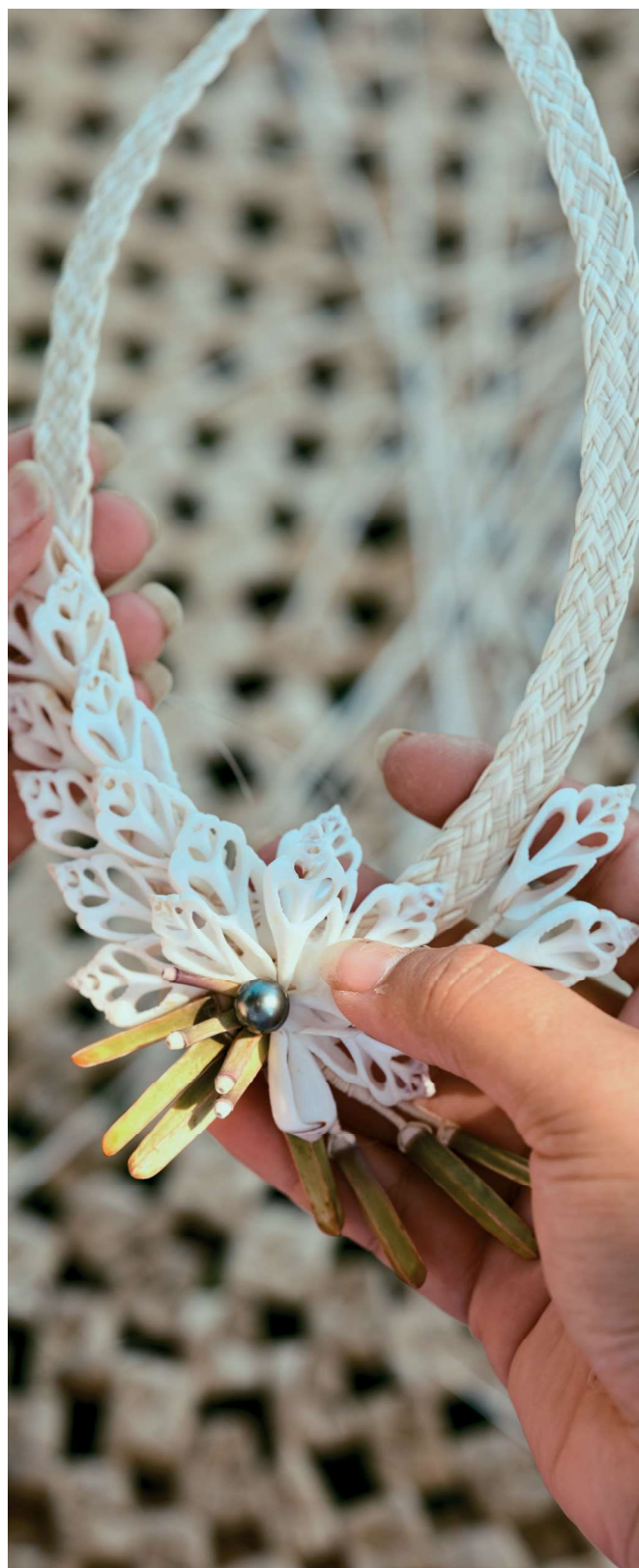
Afin de mieux faire circuler les informations liées aux artisans, les réseaux communaux d'information et de communication (panneaux d'affichage, réseaux...), ainsi que leurs événements (journées culturelles, réunions de quartier...), sont des relais efficaces, parfois incontournables dans de nombreux atolls et îles éloignés.

G4-A Organiser des semaines/journées de l'artisanat en lien avec des communes volontaires

Comme il peut y avoir des événements coordonnés type « Journée mondiale du tourisme », inciter à la création de « Journées de l'artisanat traditionnel » qui pourraient se décliner dans chaque île et commune volontaire dans les 5 archipels.

G5-A Reconduire chaque année les déplacements des agents du Service dans différentes communes des archipels

Il est important d'aller au plus près des artisans, pour leur accompagnement et leur information. Pour cela, les agents du Service doivent se déplacer dans 5 à 10 îles et communes des archipels chaque année.



Intégration transversale

G5-O Renforcer les liens entre le secteur de l'artisanat et les instances liées à la culture traditionnelle polynésienne

Avec les acteurs de la culture (services et établissements, groupes de danse, académies, associations culturelles et les organismes culturels...), l'artisanat doit pouvoir conforter et mieux formaliser les liens et son intégration avec les autres pans de la culture traditionnelle et de l'identité polynésienne (que ce soit pour la commercialisation, la valorisation, le partage, la transmission...).

Par ailleurs, de nombreuses manifestations culturelles, importantes pour l'identité polynésienne, n'intègrent pas suffisamment l'artisanat comme un des piliers culturels.

G6-O Populariser l'artisanat traditionnel en renforçant les liens avec les acteurs du sport et de la jeunesse

Encourager les associations et fédérations d'artisanat à nouer des liens avec les associations et fédérations sportives, de jeunesse et d'éducation populaire, pour populariser les savoir-faire et les pratiques culturelles liées aux matières traditionnelles. Il s'agit d'encourager les jeunes à s'approprier les savoir-faire élémentaires de l'artisanat traditionnel comme socle de leur culture et de leur identité polynésiennes. Par ailleurs, les sportifs de haut niveau, notamment dans leurs déplacements à l'international, peuvent devenir des ambassadeurs de l'artisanat traditionnel.

1 GOUVERNANCE

Intégration avec le secteur touristique

G7-O Inciter chaque comité du tourisme et Tahiti Tourisme à mieux communiquer sur les spécificités de l'artisanat de chaque île

Il est constaté dans plusieurs îles que les touristes peuvent passer dans une île sans découvrir ses richesses artisanales, il faut coordonner une dynamique avec Tahiti Tourisme et chaque comité sur place, afin que l'artisanat soit plus présent dans les dispositifs de signalétique, de communication et d'informations aux visiteurs qui sont mis en place, notamment à l'occasion des escales des navires de croisière. Par ailleurs, que ce soit pour revoir les itinéraires ou pour sensibiliser à l'importance de l'artisanat dans l'expérience touristique, il faut favoriser les échanges et rencontres entre les acteurs touristiques et les artisans traditionnels, entre les associations et comités des deux secteurs.

Enfin, le concours annuel « *J'embellis ma commune* » pourrait s'enrichir d'un volet spécifique « Artisanat » au service de l'embellissement de l'espace public dans les îles.

G8-O Intégrer systématiquement les lieux de ventes artisanaux aux cartes et éléments d'informations touristiques de la destination

Pour une meilleure coopération avec le secteur touristique, solliciter les acteurs institutionnels du tourisme pour un meilleur relais d'information sur les points de vente et de médiation de l'artisanat traditionnel.

G9-O Élaborer un cadre spécifique à l'artisanat pour permettre des conditions similaires de présence dans chacun des sites publics gérés par le Pays

Beaucoup de lieux sont ouverts au public et gérés par les services du Pays. Il faut envisager avec les autres services administratifs qui gèrent des sites publics (tourisme, culture, environnement...), une charte ou une démarche commune afin que l'artisanat soit intégré et disponible sur ces sites. Notamment dans le cadre de sites culturels d'exception, ou de sites touristiques fréquentés.

G6-A Populariser et enrichir un calendrier de l'ensemble des manifestations artisanales, mois par mois, et île par île

Recouper les informations de sources diverses pour pouvoir communiquer des calendriers complets de l'ensemble des manifestations ayant un rapport avec l'artisanat chaque mois (celui-ci pourrait aussi être utilisé par Tahiti Tourisme et la CCISM).

Intégration économique

G10-O Coopérer étroitement avec les circonscriptions pour informer les artisans

Renforcer l'information auprès des agents des circonscriptions, afin qu'ils puissent informer, sensibiliser et accompagner davantage d'artisans, renseigner les associations, fédérations et comités, tant sur place que dans le cadre de leurs tournées administratives.

G11-O Identifier les besoins et relais pour que l'artisanat soit davantage utilisé par les secteurs de la construction et de la décoration

Identifier les relais (groupements sectoriels...) et les besoins des architectes et décorateurs d'intérieur (notamment pour les hôtels et les grandes villas), afin de pouvoir renforcer les savoir-faire et les capacités en décoration et ameublements en matières locales, et faire connaître, voire adapter, les capacités de production des différents métiers de l'artisanat.

Intégration pour la formation

G12-O Élaborer un état des lieux de l'offre de formation en lien avec l'artisanat

Entre formations dispensées dans les établissements gérés par la DGEE (Collèges et lycées professionnels, CETAD...), les MFR, CJA, RSMA, le CMA, et les apprentissages libres, il n'y a pas de carte de formation claire et rationalisée, d'état des lieux, avec des passerelles entre les cursus, ni un suivi post formation pour ceux qui terminent leurs différents cycles.

Il faudra davantage mettre en réseau les organismes qui proposent des formations initiales et/ou professionnelles, avec ou sans titre, liées au secteur de l'artisanat, tant sur les savoir-faire traditionnels, les compétences métiers, que sur les connaissances annexes (gestion, comptabilité, administration, langues, commercialisation...).

G7-A Prévoir le déploiement de plans pluriannuels en lien avec la CCISM

Tant pour les démarches administratives, les dispositifs d'aides, la cellule export, que les formations proposées, il est souhaitable de pouvoir élaborer une convention cadre pluriannuelle avec la CCISM pour mieux accompagner les artisans dans davantage d'îles.

2 STRUCTURATION

Communication

S1-O

Valoriser les jeunes artisans pour que leur génération considère davantage le secteur

Les jeunes générations ne considèrent pas que l'artisanat propose de véritables métiers ni des débouchés attractifs. Pour inviter et inciter les jeunes à se lancer dans les métiers de l'artisanat, il faut mettre en avant les jeunes artisans qui réussissent, comme modèles, démontrer que l'artisanat se compose de véritables métiers, permet des carrières profitables, et offre également la possibilité d'une ouverture à l'international.

S2-O

Encourager les échanges et synergies entre associations et fédérations artisanales

Encourager les échanges entre les Fédérations, les rencontres entre associations, ainsi que les projets communs entre les îles d'un même archipel ou à l'échelle du Pays. Cette émulation collective doit aussi permettre aux organisateurs de manifestations artisanales de se regrouper et travailler davantage en synergie.

S1-A

Réaliser et installer des panneaux d'information spécifiques à l'artisanat de chaque île

Au sein des portes d'entrées de chaque île, notamment les aéroports en lien avec la DGAC et ADT, les fare artisanaux et marchés traditionnels, et les comités du tourisme, réaliser des panneaux d'information sur les productions artisanales et matières premières emblématiques et spécifiques à chaque île.

S2-A

Produire des films courts de valorisation, à diffuser en ligne

Pour promouvoir les filières et les métiers de l'artisanat, assurer la production de films courts (formats Youtube, TikTok, Instagram...) de sensibilisation aux métiers et pratiques de l'artisanat, avec des exemples et des modèles de réussite, toutes générations confondues. L'objectif est de démontrer que l'artisanat est une composante centrale de la culture et de l'identité polynésienne, que ces métiers peuvent permettre de parfaitement subvenir à ses besoins et ceux de sa famille, et qu'ils peuvent permettre de voyager.

-O Objectif opérationnel à décliner en actions directes

-A Action directe à mettre en œuvre

Information

S3-O Mieux communiquer sur les avantages de pratiquer son activité artisanale avec une patente

Il est constaté encore beaucoup de défiance liée aux démarches et contraintes concernant l'obtention d'une patente pour les artisans, avec une problématique toujours importante sur le coût des cotisations sociales par rapport aux revenus de l'artisan.

Il faut donc mieux renseigner sur les obligations réelles et les avantages qui y sont liés. Par ailleurs, beaucoup pratiquent la multi activité, et sont réticents à ajouter de nouvelles patentes, craignant des frais et contraintes trop importants. Il faut davantage communiquer sur ces aspects, ainsi que renforcer la communication sur les cartes d'agrément *Rima'i mā'ohi*.

S4-O Rendre les associations et fédérations plus attractives et plus professionnelles, par un accompagnement technique et des conventions d'objectifs

Beaucoup d'associations se contentent de rassembler des acteurs uniquement pour la vente, il n'y a pas assez de partage et d'échanges, de solidarité et de formations. Il faut engager un mouvement de responsabilisation et d'engagement de ces structures en faveur d'une meilleure cohésion du secteur.

S5-O Multiplier les collaborations pour mieux faire connaître les dispositifs financiers auprès des nouveaux artisans

Différents organismes de soutiens financiers disposent de savoir-faire pour accompagner les artisans lors de leur passage à la patente, ou pour leurs investissements, avec un appui en trésorerie, par le biais de micro-crédits ou de sommes plus importantes, et d'accompagnements techniques et administratifs. Le Service, puis les fédérations, doivent collaborer davantage avec ces organismes pour les impliquer davantage auprès des artisans, et mieux faire connaître leurs offres et leurs services.

S3-A Réunir un ensemble d'artisans représentatifs du secteur une à deux fois par an

À l'instar de ce qui est organisé pour les comités du tourisme (agrément, puis 2 séminaires dédiés par an sur Tahiti) les responsables des principales associations et/ou instances représentatives, ainsi que des artisans de tous statuts, par territoires et/ou par métiers, devraient être réunis une à deux fois par an afin d'échanger sur les bonnes pratiques, les objectifs, les dispositifs administratifs, les modes de financement... à l'occasion de séminaires dédiés.

2 STRUCTURATION

Valorisation et transmission

S6-O Ouvrir un pôle emblématique de valorisation et de transmission consacré à l'artisanat traditionnel de la Polynésie française

Permettre la constitution et l'ouverture d'un espace d'accueil des artisans, afin d'y organiser les principales expositions, d'abriter un centre de formation et de transmission, géré par le Service. Ce lieu emblématique et fédérateur viendrait en complément des sites comme la Maison de la Culture, le Conservatoire, le Musée de Tahiti et ses îles, le Centre des Métiers d'art, pour replacer l'artisanat traditionnel au centre des enjeux culturels et identitaires de Polynésie française.

S7-O Proposer des formations et dispositifs spécifiques pour les *matahiapo* qui veulent se lancer dans l'artisanat à la retraite

Accompagner les *matahiapo* qui au moment de la retraite souhaitent se consacrer à l'artisanat sans perte de leurs droits ou *moni ruau*. Il faut notamment clarifier et faire évoluer le statut pour les retraités lorsqu'ils prennent une carte Artisanat ou CAPL.

S4-A Recenser les formateurs/détenteurs de savoir-faire artisanaux traditionnels

Certains artisans n'ont pas le temps de transmettre leur savoir. L'organisation de stages rémunérés, dans les archipels ou sur Tahiti, afin que les détenteurs de savoirs puissent régulièrement partager leurs connaissances permettra une meilleure diffusion et une meilleure dynamique de transmission.

Il convient de pouvoir assurer la reconnaissance, et la rémunération pour le temps consacré à la formation et la transmission, des artisans formateurs et tuteurs mais aussi des stagiaires selon la durée du stage.

S8-O Organiser des concours pour servir différents objectifs de valorisation

Il y a des pertes de savoir-faire et d'utilisation qui ne sont plus pratiqués. Pour les réhabiliter prévoir des concours thématiques, qui peuvent être sponsorisés, permettant : de réhabiliter et populariser des connaissances et pratiques anciennes ; de perpétuer les gestes et techniques traditionnelles mais sur des objets nouveaux ou des usages innovants ; de réunir les générations entre anciens et plus jeunes, comme cela se pratique déjà sur plusieurs îles.

S9-O Poursuivre l'organisation de tous types d'événements permettant d'impulser des dynamiques complémentaires

Le service doit continuer de proposer des événements complémentaires innovants, du type « jeunes créateurs », « matières premières », qui permettent d'impulser des dynamiques nouvelles, en complément des salons organisés par les acteurs du secteur.



3

COMMERCIALISATION

Export

C1-O

Mieux identifier les freins ou difficultés pour les exports de produits artisanaux

En raison des contraintes liées à l'exportation, règles phytosanitaires, réglementations douanières (dont CITES) et difficultés d'expédition, il est indispensable de renforcer l'information des créateurs afin qu'ils anticipent les démarches nécessaires à l'exportation ou à la vente à des touristes, et d'impliquer davantage les associations et partenaires concernés.

C1-A

Coordonner davantage en amont les salons qui se déroulent à l'extérieur du Pays

Les salons et expositions à l'export doivent être mieux coordonnés, préparés plus en amont par des groupes de travail dédiés, pour sélectionner les artistes et types de produits, remplir l'ensemble des obligations douanières, et assurer de meilleurs revenus aux participants.

Formation

C2-A

Proposer des modules de formation à la vente en ligne, à l'export, et aux différentes obligations des entrepreneurs

Pour les artisans et associations qui le souhaitent, proposer des formations sur-mesure, modulaires, pour les aider à proposer leurs produits et professionnaliser leurs démarches sur les nouveaux canaux de vente, locaux et à l'export. Par exemple, l'adaptation des dispositifs « Passeport » de la CCISM pourrait s'avérer pertinente pour les patentés, avec des modules à la carte d'anglais, de commercialisation, de comptabilité...

C3-A

Accompagner les fédérations pour professionnaliser les pratiques de vente

Les associations et fédérations doivent être des relais pour professionnaliser les savoir-faire en termes de vente (étalage, étiquetage...) et de commercialisation.

C4-A

Assurer des formations spécifiques à la gestion des grosses commandes

Favoriser le regroupement des savoirs, le contrôle qualité et la ponctualité pour la gestion des commandes importantes auprès des artisans volontaires (constituer une liste de ceux qui peuvent et veulent traiter des volumes importants).

-O Objectif opérationnel à décliner en actions directes

-A Action directe à mettre en œuvre

Matières premières

C2-O Recenser les matières premières sensibles entrant dans la fabrication artisanale

En fonction des métiers, procéder à un recensement, via les associations et les communes, sur les matières premières produites et utilisées localement, et les difficultés identifiées de certains circuits d'approvisionnement, voire informer spécifiquement sur les interdictions ou menaces potentielles. Par ailleurs, des matières disponibles non exploitées, peuvent faire l'objet de promotion spécifique pour alléger la demande sur les matières qui se raréfient et dont les stocks doivent être reconstitués, au profit d'autres plus aisées à collecter ou produire.

C3-O Sensibiliser et former à la gestion de la ressource en matières premières par les acteurs de l'artisanat et leurs fournisseurs

Sensibiliser et former les artisans à mieux maîtriser la chaîne de production (même en pleine nature) de leur matières premières, en lien avec les services et organismes concernés (agriculture, ressources marines, environnement...). Sensibiliser et former les exploitants agricoles aux revenus additionnels que peuvent constituer les matières premières utilisées dans l'artisanat.

Prévoir également de proposer la mise en place de Rahui ou autre système équivalent sur certaines matières premières, notamment les coquillages ou certaines plantes, le temps que les stocks se reconstituent.

C4-O Coordonner et animer un réseau des matières premières de l'artisanat

Pour toutes les matières premières pour lesquelles l'approvisionnement est compliqué, ainsi que les demandes spécifiques (comme le bois précieux pour les sculpteurs, ou la fourniture de grandes nacres adaptées pour les graveurs), réaliser les études, imaginer les dispositifs spécifiques, et mettre en place la coordination globale permettant de rationaliser la production, la collecte, les stocks et la redistribution équitable de ces matières essentielles à la survie et l'essor des différents métiers de l'artisanat.

3

COMMERCIALISATION

Sites

C5-A Inciter à la création et l'animation d'ateliers artisanaux ouverts au public (touristes et résidents)

À la fois dans un souci de transmission envers les résidents, et d'accroître l'intérêt et l'expérience des visiteurs via les savoir-faire des artisans, accompagner la constitution d'ateliers de démonstration, interactifs et participatifs aux divers métiers de l'artisanat traditionnel, et qui puisse déboucher sur des ventes.

Pour aider à leur mise en place, le Service peut réaliser des fiches types en reo pour les locaux et en anglais pour aider à l'animation auprès des touristes.

C6-A Élaborer une charte commune aux *Fare* artisanaux

Élaboration d'une charte commune aux différents centres artisanaux polynésiens, précisant l'exclusion / l'interdiction de certaines pratiques et de certains produits, et valorisant la vocation artisanale & collective.

C7-A Référencer sur internet les sites et *fare* agréés proposant de l'artisanat

Sur les principales applications (Google Map et Plans d'Apple) référencer et géolocaliser les sites de vente (marchés, boutiques notables...) et *fare* artisanaux référencés et agréés.

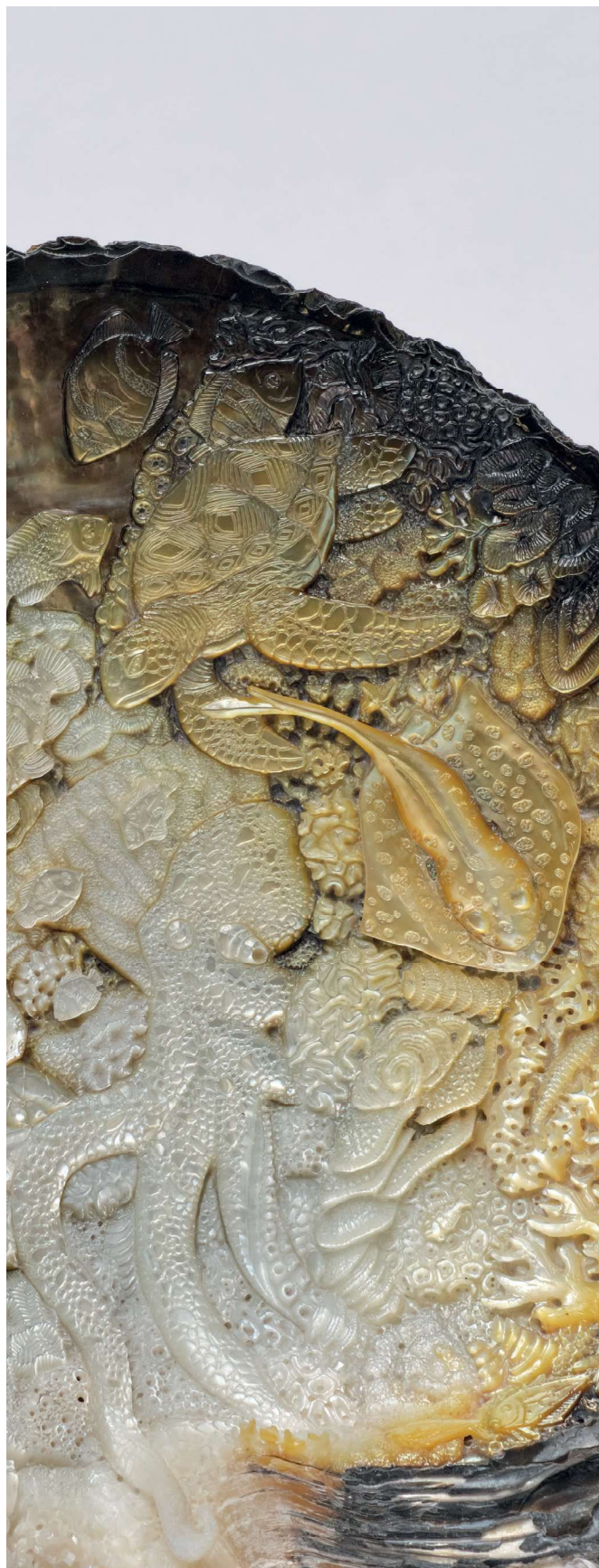
C8-A Coordonner une campagne d'harmonisation et d'installation de signalétiques sur les principaux lieux de vente d'artisanat dans les îles

Pour que les visiteurs dans les îles trouvent plus aisément les *fare* et marchés, le service peut élaborer et déployer, sur 5 ans, une signalétique spécifique pour simplifier l'information (modèle similaire aux sites touristiques du Service du tourisme...)

Réseaux de vente

C5-O Identifier les acheteurs (entités) en matière d'artisanat pour les intégrer aux réflexions sur la production et les matières premières

Plusieurs entités ou organisations font appel régulièrement aux artisans (groupes de danse, hôtels, galeries, collectivités...), il faut identifier les tensions ou difficultés qui peuvent se présenter et réfléchir collectivement à comment les résoudre lors de réunions techniques ou de séminaires dédiés.





Édition mars 2026

Résultat des travaux de co-construction du
Schéma directeur de l'artisanat traditionnel
Putā arata'i nō te rima'i peu tumu
Octobre 2024 - Août 2025

© Service de l'artisanat traditionnel
© Ministère des Sports, de la Jeunesse
et de la Prévention contre la délinquance,
en charge de l'Artisanat

sous l'autorité de
M. le Ministre de la Jeunesse
Kainuu TEMAURI

Coordination publique :
Vaiana Giraud, cheffe du Service de l'artisanat traditionnel
Hana Chicou, conseillère technique à l'artisanat traditionnel

Méthodologie et conception éditoriale :
Archipelagoes SARL, 2024/2025
Stéphanie Betz & Stéphane Renard
[coordination, rédaction, mise en page].

*Nos remerciements à Alain Oziel & Warren Dexter
pour les travaux antérieurs menés sur ce secteur.*

Crédits photos : Alikā photo, Teiki Dev, Tevahei Photography et Matareva



SERVICE DE
L'ARTISANAT
TRADITIONNEL
TE PŪ 'OHIPIA RIMA'Ī

Cartographie de l'économie de l'artisanat traditionnel

Document de synthèse - Février 2026

La grande variété des métiers et des situations du secteur de l'artisanat traditionnel alimente de nombreux discours parfois opposés. Son évolution constante rend parfois difficile le suivi de ces filières.

Quels sont les métiers de l'artisanat traditionnel ? À quel moment un objet relève-t-il de ce domaine ou rejoint-il d'autres métiers ? Vit-on de la même façon de ces métiers dans tous les archipels ?

Ce constat nécessitait, afin de bâtir des politiques publiques plus efficaces et pertinentes, de consolider la compréhension du secteur par une analyse économique de ses métiers et de ses acteurs. C'est ce document fondateur qui a été réalisé en 2022.

Cette première cartographie économique avait alors permis d'analyser le niveau de revenus des principaux métiers d'artisanat traditionnel et de proposer une première évaluation du poids de l'économie de l'artisanat en Polynésie, celle-ci étant en partie informelle.

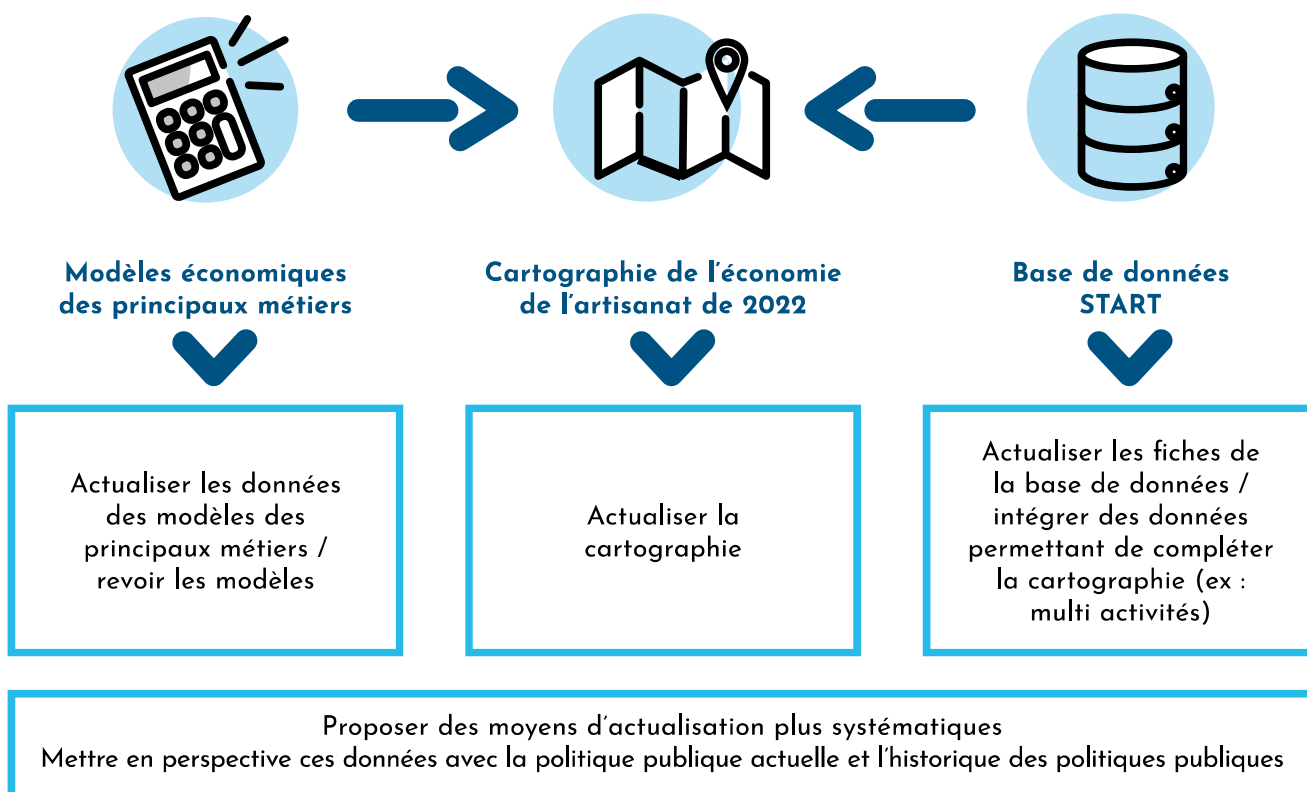
Ce document a été mis à jour en 2025 avec les objectifs suivants :

1. Actualiser l'analyse économique des métiers, avec une approche exhaustive des métiers de l'artisanat traditionnel et une analyse plus fine des charges ;
2. Actualiser la base de données du service de l'artisanat, afin d'obtenir une visibilité plus précise de l'économie de l'artisanat traditionnel en Polynésie (croisement entre les fiches des artisans et les produits et charges associés à chaque métier) ;
3. Estimer de manière plus fine le chiffre d'affaires du secteur, avec une approche par archipel ;
4. Définir des modalités de mise à jour récurrentes et fiables des données de l'économie de l'artisanat.



Contexte, objectifs et méthodologie

Focus sur la méthodologie





SOMMAIRE

- I - Actualisation de l'analyse économique des métiers de l'artisanat traditionnel
- II - Cartographie de l'économie de l'artisanat traditionnel
- III - Estimation du chiffre d'affaires du secteur
- IV - Modalités de mise à jour de la cartographie
- V - Annexes :
 - > Annexe 1 : analyse des métiers
 - > Annexe 2 : analyse des politiques publiques

I.

Actualisation de l'analyse économique des métiers de l'artisanat traditionnel



Focus sur la méthodologie

L'analyse économique des métiers de l'artisanat traditionnel a été réalisée sur l'ensemble des métiers selon une approche méthodique :

- Revue et analyse du processus de fabrication de chaque produit (matière première ou produit transformé) ;
- Revue des produits vendus (typologie, prix...) ;
- Analyse des charges : temps passé, équipement, consommables... ;
- Synthèse des produits et des charges associés à un produit représentatif du métier.

Cette analyse a été réalisée au travers de plusieurs entretiens menés par métier avec différents artisans, et des relevés de prix sur les marchés et salons. À la suite de ces entretiens, et pour illustrer la méthode, un exemple est proposé sur la base d'une analyse détaillée sur un métier : création d'un *tapa* brut et d'un *tapa* transformé.

Les autres métiers sont présentés dans le document détaillé de cartographie.

Cette approche permet de produire un tableau de synthèse sur les différents métiers ainsi que les premières conclusions.



I. Actualisation de l'analyse économique des métiers de l'artisanat traditionnel

Illustration sur le préparateur et fabricant de matières premières (*tapa*)

- Le fabricant de *tapa* sélectionne la matière première brute en fonction du résultat souhaité, et confectionne la pièce d'étoffe à partir d'écorces en les martelant afin de les étaler pour en obtenir la forme et la surface désirées. La préparation de la matière première peut aller jusqu'à la teinture de la pièce. Cette activité est essentiellement réalisée aux îles Marquises.
- Le processus de préparation du ***tapa brut*** est le suivant :





Ainsi, pour un *tapa* brut de 60x70 cm, le temps passé et valorisé en préparation est évalué comme suit :

Etapes de préparation	Temps estimé
Sélection de l'arbre	2 heures
Coupe et écorçage	
Battage de l'écorce	8 heures
Séchage	1 journée (non valorisé)
Temps total estimé pour produire un <i>tapa</i> brut	10 heures

Les équipements nécessaires sont les suivants :

Matériel nécessaire	Coût en F CFP
Enclume en pierre (<i>Kiva</i>)	20 000
Battoir en bois (<i>Ike</i>)	6 000
Planches de bois	4 000
Couteaux	1 000
Coût total estimé des équipements	31 000 F CFP

Ce montant n'est pas impacté sur le coût de revient final. Il n'y a pas de consommable à intégrer pour la réalisation d'un *tapa* brut.

Les principaux produits de *tapa* brut identifiés à ce stade sont des pièces d'une dimension moyenne de 60x70 cm (format standard pour être ensuite peint ou découpé). Il peut y avoir des *tapa* brut de dimension plus importante pour réaliser des accessoires ou des costumes notamment. La charge de travail hors séchage peut être de plusieurs jours ou plusieurs semaines.

Le prix de vente d'un *tapa* brut de 60x70 cm est de 10 000 F CFP l'unité.

Les clients finaux sont soit l'artisan lui-même, qui poursuit la transformation du *tapa*, soit d'autres artisans qui achètent le *tapa* brut pour le transformer, soit des touristes (qui souhaitent acheter un *tapa* non transformé) ou encore des groupes de danses locaux.

Certains artisans envisagent de proposer aux touristes des expériences « immersives » permettant de partager l'expérience du *tapa* sur tout le processus de fabrication.

Illustration sur le préparateur et fabricant de matières premières (*tapa*)

Tapa brut : taille standard 60x70

Coût de revient

**Coût de revient total
~ 10 250 Fcfp**

Temps passé : 10h
10 247 Fcfp
(valorisation
au SMIG horaire brut)

Aucun consommable

Equipements ~ 31 000 Fcfp
non pris en compte par produit

Matière première
Ecorce : non valorisée par produit

Prix de vente

En moyenne 10 000 Fcfp

L'artisan parvient à peine à se rémunérer au SMIG horaire brut pour la réalisation d'un *tapa* brut de 60x70 cm (sans prendre en compte le coût des équipements).

Sa rémunération ne lui permet pas d'intégrer les charges sociales ou fiscales.

Illustration au travers du métier de préparateur et fabricant de matières premières - le *tapa* transformé

- Le *tapa* brut est transformé soit en œuvres picturales (dessin / peinture), soit sous forme d'accessoires (couronne, fleur) ou encore en éléments de costumes.



- Le processus de préparation du *tapa transformé (dessin / peinture)* est le suivant :

ETAPE 0
Récupérer
tapa brut



ETAPE 1
Amidonner
et sécher



ETAPE 2
Dessiner et
peindre les motifs



ETAPE 3
Sécher



Pour un tapa transformé de 60x70 cm, le temps passé et valorisé en préparation est évalué comme suit :

Etapes de préparation	Temps estimé
Amidonner et sécher la pièce	4 heures
Dessiner et peindre les motifs	8 heures en moyenne (entre 5 et 10h en fonction de l'expertise et du niveau de détails du dessin)
Séchage	1 journée (non valorisé)
Temps total estimé pour produire un tapa brut	12 heures

Le matériel nécessaire est le suivant :

Matériel nécessaire	Coût en F CFP
Tapa brut 60x70 cm	10 000
Planches de bois	3 000 (non valorisé)
Pot de peinture 1L 10 000 F CFP	1 000
Amidon 395 F CFP/kg	50
Pinceaux (réalisés par l'artisan)	0
Coût total estimé des équipements	11 050 F CFP

Les principaux produits du tapa transformé identifiés à ce stade sont :

- Petit format (carte postale)
- Moyen format 60x70 cm
- Grand format portrait 140x60 cm
- Grand format paysage 140x130 cm

Le prix de vente moyen d'un tapa transformé de 60x70 cm est de 30 000 Fcfp l'unité.

Les clients finaux sont soit des touristes (qui souhaitent acheter un souvenir) ou des locaux. Certains artisans envisagent de proposer aux touristes des expériences « immersives » permettant de partager l'expérience du tapa sur tout le processus de fabrication.



Illustration sur le préparateur et fabricant de matières premières (*tapa*)

Tapa transformé : taille standard 60x70

Coût de revient

Coût de revient total
~ 23 350 Fcfp

Temps passé : 12h
12 297 Fcfp
(valorisation au SMIG
horaire brut)

Consommables ~1 050 Fcfp

Equipement ~3 000 Fcfp
non pris en compte par produit

Matière première
10 000 Fcfp

Prix de vente

En moyenne
30 000 Fcfp

Pouvant aller
jusqu'à 50 000 Fcfp
et au-delà

L'artisan parvient à se rémunérer au SMIG horaire brut pour la réalisation d'un *tapa* transformé de 60x70 cm et à générer une marge supplémentaire plus ou moins importante selon son niveau d'expertise et sa compétence artistique.

La marge dégagée doit permettre de contribuer aux charges sociales et fiscales.

Synthèse par métier

Ce processus a été appliqué à la plupart des métiers et produits phare de l'artisanat traditionnel, et permet d'obtenir la synthèse par métier ci-dessous :

Métiers	Nb heures / produit	CA en XPF	CA en XPF / heure travaillée	Charges en XPF	Marge en XPF
Préparateur TAPA brut	10	10 000	1 000	10 247	- 247
Préparateur TAPA transformé	12	30 000	2 500	23 350	6 650
Préparateur graines (collier)	1,5	3 000	2 000	2 100	900
Préparateur Ni'au vert (sac)	2	1 500	750	2 050	- 550
Préparateur Ni'au blanc (botte)	3	3 000	1 000	3 300	- 300
Préparateur fibre de coco / Nape (botte)	8	10 000	1 250	8 200	1 800
Sculpteur sur bois	14	20 000	1 429	18 800	1 200
Sculpteur sur pierre	28	30 000	1 071	36 100	- 6 100
Fabricant d'instrument	14	20 000	1 429	18 400	1 600
Vannier (panier simple)	2	3 000	1 500	3 550	- 550
Vannier (panier élaboré)	5	15 000	3 000	5 124	9 876
Bijoutier traditionnel coquillages (Ni'au blanc)	2	10 000	5 000	4 300	5 700
Bijoutier traditionnel coquillages (fibre de coco)	21	35 000	1 667	27 200	7 800
Bijoutier traditionnel nacre (collier élaboré)	32	50 000	1 563	39 100	10 900
Bijoutier traditionnel nacre (boucles d'oreilles)	2	6 000	3 000	2 900	3 100
Tailleur couturier	1,5	9 000	6 000	400	8 600
Fabricant articles décoratifs tissu	56	70 000	1 250	66 300	3 700
Peintre décorateur (Pareu)	1	3 500	3 500	1 320	2 180
Décorateur plateau	2	4 900	2 450	3 400	1 500
Décorateur miroir	15	60 000	4 000	26 450	33 550
Fabricant parures florales	3	15 000	5 000	8 400	6 600
Moyenne			2 398		

Attention, la notion de rentabilité ou niveau de marge présentée dans le tableau est relative, pour les raisons suivantes :

- La rémunération horaire utilisée est calée sur le SMIG brut non chargé ;
- Les charges fiscales et sociales ne sont pas comptabilisées ;
- Le coût des équipements, lorsqu'il n'est pas significatif, n'est pas pris en compte dans l'analyse.

Cela signifie que, même lorsque la rentabilité affichée est plutôt bonne, le niveau de revenu pour l'artisan reste faible ou modéré. **Il lui permettrait à peine de régler ses charges sociales et fiscales.**

On note par ailleurs que les métiers associés à la préparation des matières premières présentent une rentabilité négative ou très faible alors que les métiers les plus répandus avec un niveau faible de transformation des produits présentent une rentabilité faible (ex : vannier).

En revanche, plus le niveau de transformation ou artistique est important et élevé, plus la rentabilité pour l'artisan est importante - tout en restant relative.

Le revenu de l'artisan reste en tout cas lié à son niveau de production, qui dépend à la fois de sa capacité à produire l'offre sur le marché et de la demande.



II.

Cartographie de l'économie de l'artisanat traditionnel





SOMMAIRE

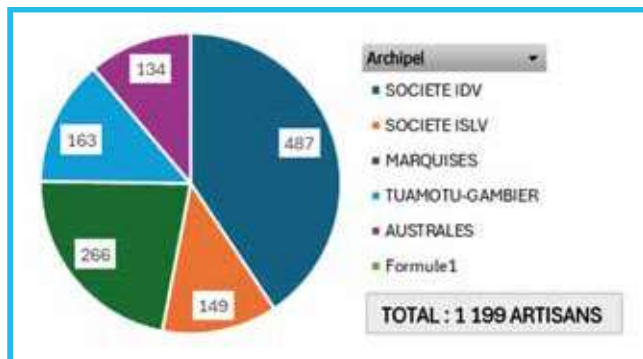
- Données principales de la cartographie	p. 18 à 22
- Focus sur les Îles-du-Vent	p. 23
- Focus sur les Îles Sous-du-Vent	p. 24
- Focus sur les Îles des Tuamotu-Gambier	p. 25
- Focus sur les Îles des Marquises	p. 26
- Focus sur les Îles Australes	p. 27

La cartographie de l'artisanat traditionnel est notamment issue de la base de données du logiciel de statistiques en ligne du Service de l'artisanat intitulé «START» au 03.12.2025. Sur un total de 2 621 artisans recensés à cette date, 1 199 artisans ont été vérifiés et mis à jour en 2025 conjointement par le Service et par le prestataire, et par d'autres sources (les circonscriptions), ce qui représente près de 46% de la base.

Le périmètre de l'analyse se concentre donc sur ces 1 199 artisans recensés et vérifiés.

Données principales de la Cartographie de l'économie de l'artisanat traditionnel

Répartition géographique

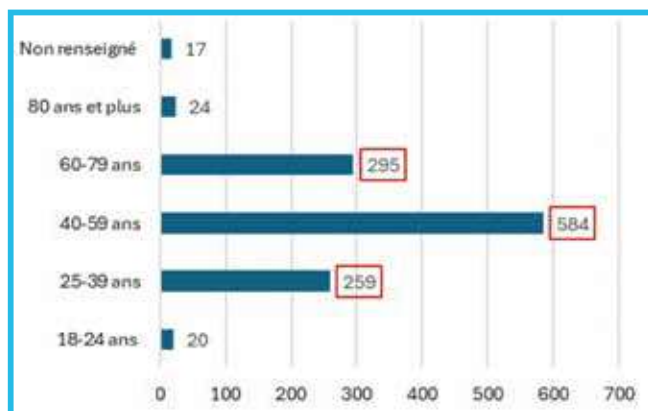


Archipel	Nb. Artisans	%
SOCIETE IDV	487	41%
SOCIETE ISLV	149	12%
MARQUISES	266	22%
TUAMOTU-GAMBIER	163	14%
AUSTRALES	134	11%
Total général	1 199	100%

- Ce graphique présente la répartition des 1 199 artisans recensés en Polynésie française en 2025, répartis selon cinq archipels:

41% des artisans traditionnels exercent leur activité aux Îles-du-Vent.

Répartition des artisans par tranches d'âge



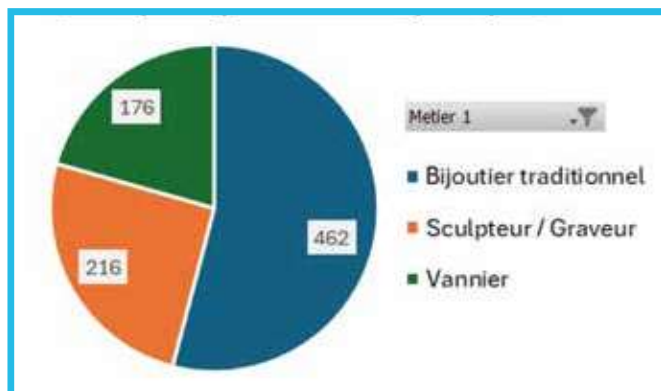
Tranches d'âge	Nb. Artisans	%
18-24 ans	20	2%
25-39 ans	259	22%
40-59 ans	584	49%
60-79 ans	295	25%
80 ans et plus	24	2%
Non renseigné	17	1%
Total général	1 199	100%

- Ce graphique met en lumière une structure générationnelle déséquilibrée dans le secteur artisanal polynésien. Ainsi, les 40-59 ans dominent largement avec 584 artisans, soit 49% du total. À l'inverse, les 18-24 ans ne représentent que 2% du total.

49% des artisans traditionnels se situent dans la tranche d'âge 40-59 ans.



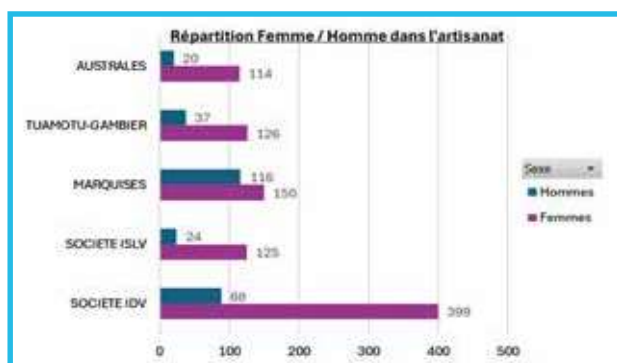
Métiers pratiqués



- L'étude révèle une concentration forte autour de trois métiers principaux :
 - Bijoutier traditionnel** : 462 artisans, soit 39 % du total
 - Sculpteur/graveur** : 216 artisans soit 18 % du total
 - Vannier** : 176 artisans soit 15 % du total
- Ces trois métiers représentent à eux seuls 72 % des artisans recensés.
- Les autres métiers, bien que moins nombreux, incarnent une certaine diversité :
 - Tailleur/Couturier** : 128 artisans
 - Travailleur de matières premières** : 86 artisans
 - Fabricant d'articles décoratifs en tissus** : 47 artisans
 - Peintre-décorateur** : 27 artisans
 - Les métiers liés à la musique (facteurs et restaurateurs d'instruments) et à la mode (accessoires) sont très minoritaires, mais porteurs de transmission.

Concentration sectorielle autour de 3 métiers : bijoutier traditionnel, sculpteur/graveur et vannier soit 72 % des artisans recensés.

Répartition Femmes / Hommes

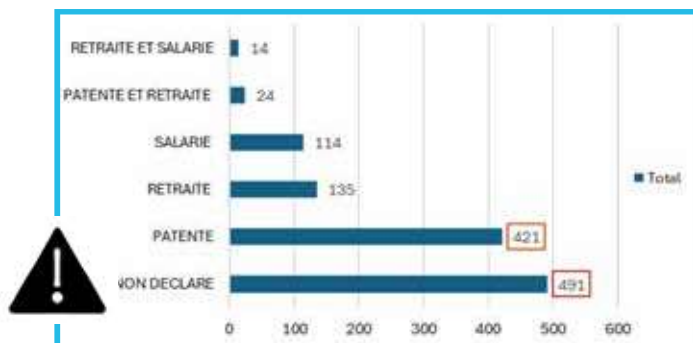


Archipel	Femmes	Hommes	Total général
SOCIÉTÉ IDV	399	88	487
SOCIÉTÉ ISLV	125	24	149
MARQUISES	150	116	266
TUAMOTU-GAMBIER	126	37	163
AUSTRALES	114	20	134
Total général	914	285	1 199

- Ce tableau révèle une forte féminisation du secteur artisanal en Polynésie française :
 - Femmes** : 914 artisanes, soit 76 % du total
 - Hommes** : 285 artisans, soit 24 % du total
- Cette répartition est particulièrement marquée selon les archipels :
 - Société IDV** : 399 femmes et 88 hommes
 - Société ISLV** : 125 femmes et 24 hommes
 - Tuamotu-Gambier** : 126 femmes et 37 hommes
 - Marquises** : 150 femmes pour 116 hommes
 - Australes** : 114 femmes pour 20 hommes

En Polynésie française, l'artisanat traditionnel est porté à 76 % par des femmes.

Forme juridique

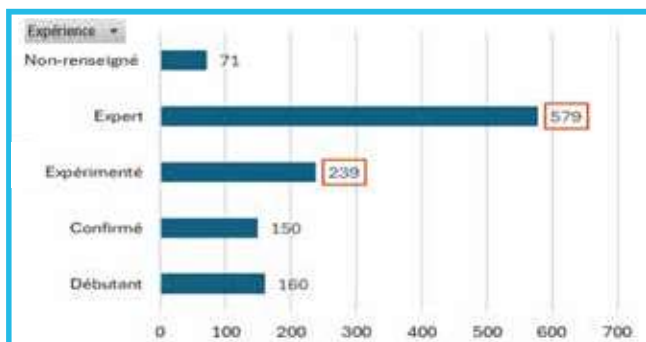


Forme juridique	Nb. Artisans	%
NON DECLARE	491	41%
PATENTE	421	35%
RETRAITE	135	11%
SALARIE	114	10%
PATENTE ET RETRAITE	24	2%
RETRAITE ET SALARIE	14	1%
Total général	1 199	100%

- Sur les 1 199 artisans recensés, la répartition par statut juridique révèle :
 - Non déclaré** : 491 artisans soit 41 % du total, une part importante qui exerce sans statut formel
 - Patenté** : 421 artisans soit 35 % du total représentant les travailleurs indépendants officiellement déclarés
 - Salarié** : 114 artisans soit 10 % du total, ils bénéficient d'un cadre professionnel stable
 - Retraité** : 135 artisans soit 11 % du total
 - Patenté et retraité** : 24 artisans soit 2 % du total, ils cumulent activité indépendante et statut de retraité

En 2025, 59 % des artisans polynésiens sont déclarés et reconnus, tandis que 41 % exercent sans statut officiel

Expérience



Expérience	Nb. Artisans	%
Débutant	160	13%
Confirmé	150	13%
Expérimenté	239	20%
Expert	579	48%
Non-renseigné	71	6%
Total général	1 199	100%

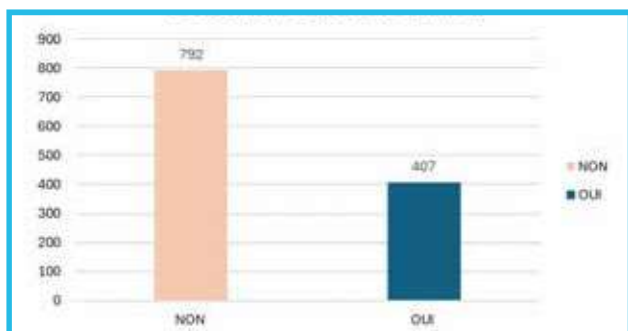
Expérience

- Ce tableau révèle une dominance des profils experts et expérimentés dans le secteur artisanal polynésien. Ainsi, 579 artisans soit 48% du total sont des experts et constituent le socle actif du secteur.

Cette répartition suggère que le secteur artisanal polynésien repose sur un socle de savoir-faire confirmé, avec près de 68 % des artisans sont expérimentés ou experts dans leur secteur



Carte d'artisan

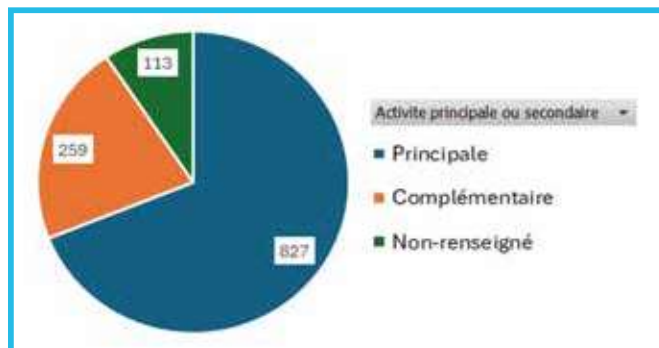


Carte artisan	Nb. Artisans	%
NON	792	66%
OUI	407	34%
Total général	1 199	100%

- En 2025, sur les 1 199 artisans recensés
 - La majorité des artisans (792) soit 66 % du total ne dispose pas de carte d'artisan
 - Seuls 407 possèdent une carte d'artisan, soit 34 % du total

En 2025, près de 66% des artisans polynésiens ne possèdent pas encore de carte d'artisan.

Profil de l'activité artisanale

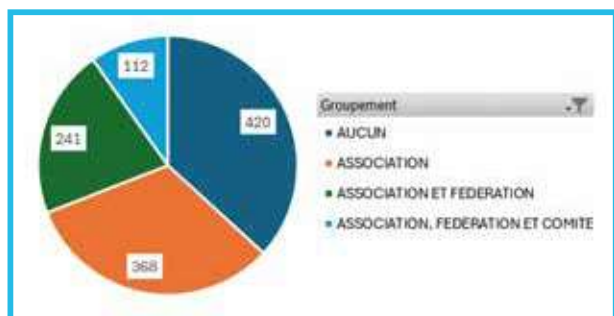


Activité	Nb. Artisans	%
Principale	827	69%
Complémentaire	259	22%
Non-renseigné	113	9%
Total général	1 199	100%

- En 2025, sur les 1 199 artisans recensés :
 - 827 artisans exercent leur activité artisanale comme activité principale** soit 69% du total
 - 259 artisans pratiquent leur activité artisanale comme complémentaire** soit 22 % du total souvent en parallèle d'un autre métier ou comme source secondaire de revenu
 - 113 artisans sont non renseignés** soit 9 % du total

Cette répartition montre que l'artisanat est majoritairement un métier à part entière car plus de 70 % des artisans polynésiens exercent leur activité comme métier principal

Principaux groupements

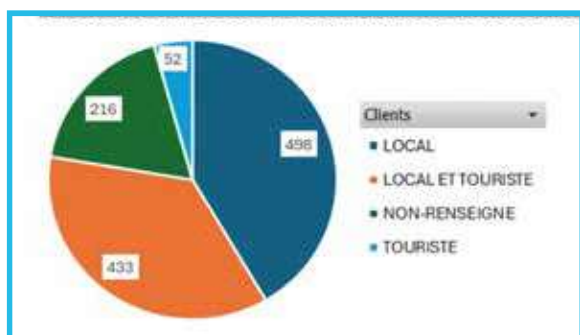


Groupement	Nb. Artisans	%
AUCUN	420	35%
ASSOCIATION	368	31%
ASSOCIATION ET FEDERATION	241	20%
ASSOCIATION, FEDERATION ET COMITE	112	9%
ASSOCIATION ET COMITE	35	3%
FEDERATION	22	2%
COMITE	1	0%
Total général	1 199	100%

- Sur les 1 199 artisans recensés, la répartition par type de groupement révèle :
 - 420 artisans soit 35 %** du total ne sont affiliés à aucun groupement
 - 368 artisans soit 31%** du total sont membres d'une association uniquement
 - 241 artisans soit 20 %** du total cumulent association et fédération
 - 112 artisans soit 9 %** du total sont affiliés aux trois niveaux : association, fédération et comité
 - 35 artisans soit 3%** du total sont affiliés à une association et comité
 - 22 artisans soit 2 %** du total sont membres uniquement d'une fédération

En 2025, un tiers des artisans polynésiens n'est affilié à aucun groupement, tandis que la majorité est liée à au moins une structure associative ou fédérative

Clientèle



Clientèle	Nb. Artisans	%
LOCAL	498	42%
LOCAL ET TOURISTE	433	36%
NON-RENSEIGNE	216	18%
TOURISTE	52	4%
Total général	1 199	100%

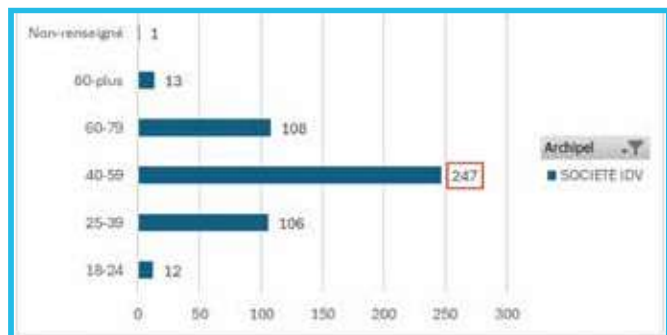
- Ancrage local fort** : 42% des artisans travaillent uniquement avec une clientèle locale
- Clientèle mixte** : 36 % des artisans travaillent avec une clientèle locale et touristique, ce qui révèle une capacité d'adaptation
- Clientèle touristique pure** : Très marginale soit 4% du total
- Zone d'ombre** : 18 % du total des artisans n'ont pas renseigné leur type de clientèle

En 2025, 78 % des artisans polynésiens travaillent avec une clientèle locale, dont près de 36% se tournent vers une clientèle touristique.



FOCUS SUR LES ÎLES-DU-VENT

Tranches d'âge



Archipel	Femmes	Hommes	Total général
SOCIÉTÉ IDV	399	88	487
SOCIÉTÉ ISLV	125	24	149
MARQUISES	150	116	266
TUAMOTU-GAMBIER	126	37	163
AUSTRALES	114	20	134
Total général	914	285	1 199

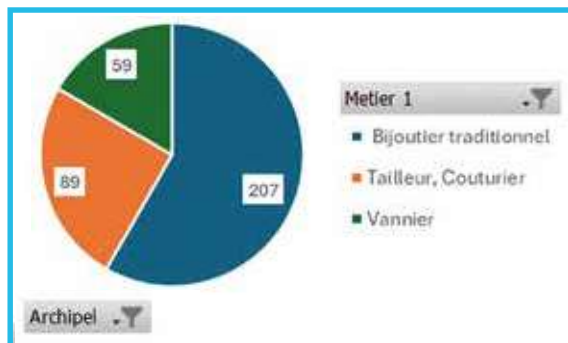
- Sur les 487 artisans recensés aux Îles du Vent, le cœur artisanal repose sur des **profils confirmés et actifs**, porté par 247 artisans âgés de 40 à 59 ans, soit 51 % du total
- La relève existe** avec 118 jeunes artisans qui prendront la relève

Répartition Femme / Homme

- L'artisanat polynésien est massivement **porté par les femmes (399)**, surtout aux IDV où elles représentent plus de 82 % des artisans.

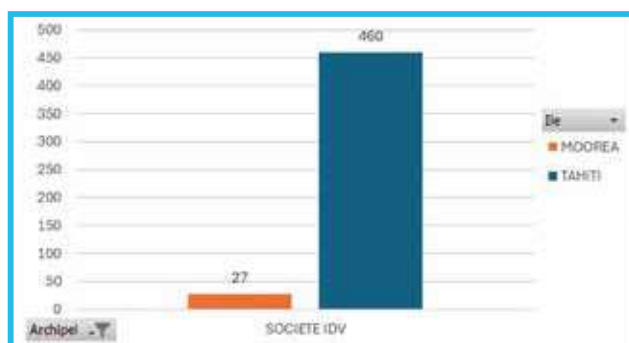
Aux Îles-du-Vent, l'artisanat repose sur des profils confirmés. Un secteur très largement porté par les femmes, qui représentent 82 % des artisans et en constituent les véritables piliers.

Principaux métiers



- Aux Îles du Vent, l'artisanat est largement dominé par le **métier de bijoutier traditionnel**, qui rassemble à lui seul près de la moitié des artisans, soit 43 % du total.
- La couture** occupe une place importante avec 89 artisans, représentant 18 % de l'ensemble.
- Enfin, **la vannerie** vient compléter ce paysage artisanal, réunissant 59 artisans, soit 12 % du total.

Répartition géographique

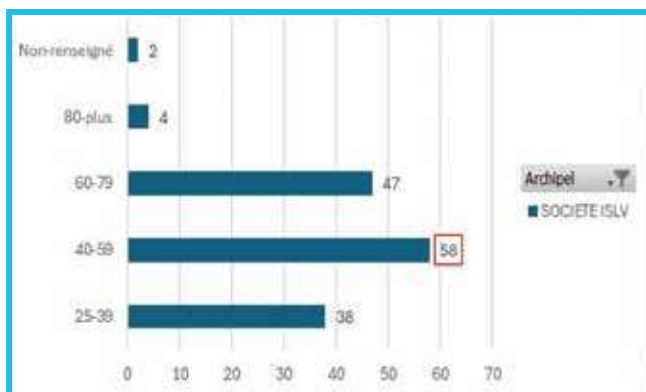


- L'artisanat des IDV est massivement concentré à Tahiti, qui regroupe 94 % des artisans de l'archipel**
- Moorea, bien que présente, reste marginale dans cette dynamique (soit 6% des artisans)

Aux Îles-du-Vent, l'artisanat se caractérise par la prédominance du métier de bijoutier traditionnel qui demeure massivement concentré à Tahiti.

FOCUS SUR LES ÎLES SOUS-LE-VENT

Tranches d'âge



- Sur les 149 artisans recensés aux Îles Sous-le-Vent, le secteur repose principalement **sur des profils confirmés**, avec 58 artisans âgés de 40 à 59 ans, soit 39 % du total.
- Une relève est en marche, mais demeure encore fragile avec 38 artisans. La jeunesse artisanale reste discrète.

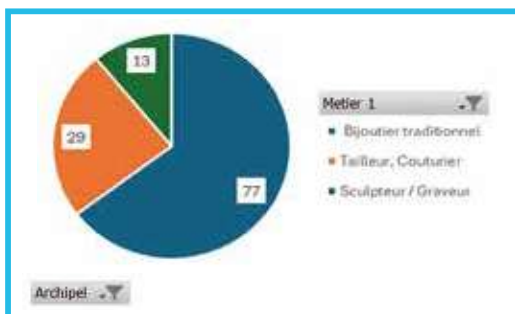
Archipel	Femmes	Hommes	Total général
SOCIÉTÉ IDV	399	88	487
SOCIÉTÉ ISLV	125	24	149
MARQUISES	150	116	266
TUAMOTU-GAMBIER	126	37	163
AUSTRALES	114	20	134
Total général	914	285	1 199

Répartition Femme / Homme

- L'artisanat polynésien est massivement **porté par les femmes dont 125 artisanes** ou elles représentent 84% du total des artisans recensés.

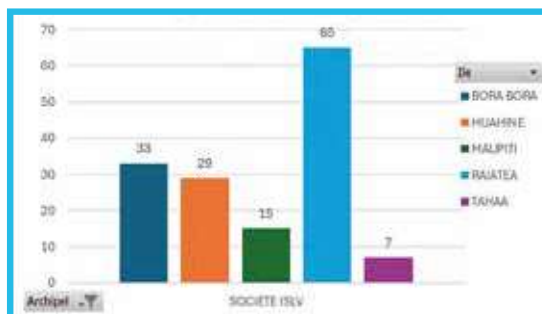
Aux Îles Sous-le-Vent, l'artisanat repose surtout sur des profils confirmés, avec une relève encore fragile. Un secteur très largement porté par les femmes, qui représentent 84 % des artisans.

Principaux métiers



- **Le métier de bijoutier traditionnel** domine nettement aux ISLV, où il représente 77 artisans soit 52% du total
- **La couture** occupe une place importante avec 29 artisans, représentant 19 % de l'ensemble
- Et enfin, la sculpture et gravure complètent le paysage artisanal, avec 13 artisans soit 9% du total

Répartition géographique



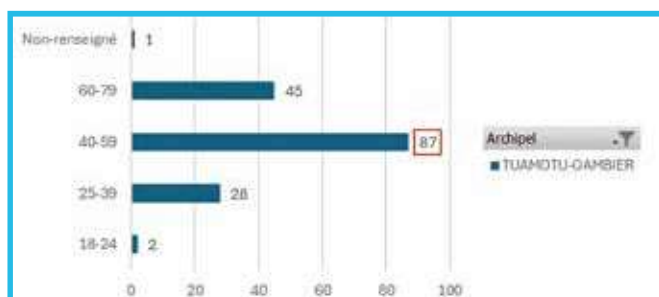
- **L'artisanat des ISLV est centré sur Raiatea** avec 66 artisans soit 44% du total
- **Bora Bora et Huahine forment un second pôle actif** avec 42% du total
- Maupiti et Tahaa incarnent une présence plus discrète avec 15% du total

Aux Îles Sous-le-Vent, l'artisanat est dominé par le métier de bijoutier traditionnel. Les artisans se concentrent principalement à Raiatea, avec Bora Bora et Huahine comme second pôle actif.



FOCUS SUR LES ÎLES DES TUAMOTU-GAMBIER

Tranches d'âge



Archipel	Femmes	Hommes	Total général
SOCIETE IDV	399	88	487
SOCIETE ISLV	125	24	149
MARQUISES	150	116	266
TUAMOTU-GAMBIER	126	37	163
AUSTRALES	114	20	134
Total général	914	285	1 199

- Sur les 163 artisans recensés aux Tuamotu-Gambier, le secteur repose principalement sur **des profils confirmés**, avec 87 artisans âgés de 40 à 59 ans, soit 53 % du total.
- Une relève est en marche, mais demeure encore fragile, portée par seulement 30 artisans.

Répartition Femmes / Hommes

- **Le secteur est fortement porté par les femmes (126)**, qui représentent **77 % des artisans**. Cette féminisation est cohérente avec la tendance observée dans les autres archipels.

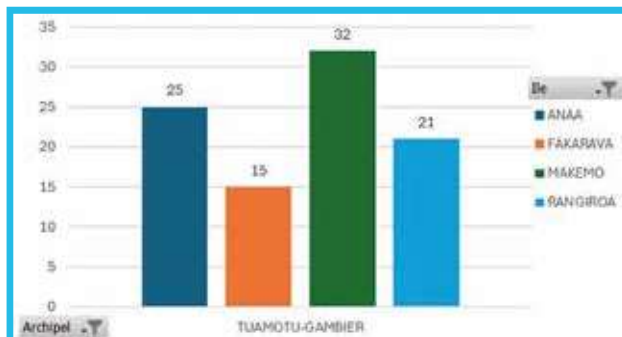
Aux Tuamotu-Gambier, l'artisanat repose surtout sur des profils confirmés, avec une relève en marche mais encore fragile. Un secteur fortement féminisé (77 % des artisans), en cohérence avec la tendance des autres archipels hors Marquises

Principaux métiers



- **Le métier de bijoutier traditionnel domine** nettement et représente 87 artisans soit 53% du total
- **Les métiers liés à la préparation et transformation de matières premières** représentent 39 artisans soit 24% du total
- Les métiers liés au tressage (vannerie) complètent le paysage artisanal local avec 13 artisans soit 10% du total

Répartition géographique

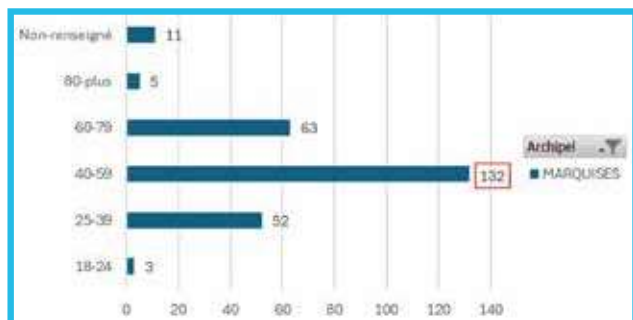


- L'artisanat des Tuamotu-Gambier est fragmenté mais structuré autour de quelques pôles actifs : Makemo, Anaa, Rangiroa et Fakarava concentrent près de la moitié des artisans

Aux Tuamotu-Gambier, l'artisanat est dominé par le métier de bijoutier traditionnel et se déploie de manière fragmentée mais structurée autour de pôles actifs tels que Makemo, Anaa, Rangiroa et Fakarava

FOCUS SUR LES ÎLES MARQUISES

Tranches d'âge



- Sur les 266 artisans recensés aux Marquises, le secteur repose principalement sur **des profils confirmés**, avec 132 artisans âgés de 40 à 59 ans et 63 artisans de 60-79 ans plus expérimentés.
- Une relève en cours mais encore discrète (55 artisans).

Archipel	Femmes	Hommes	Total général
SOCIÉTÉ IDV	399	88	487
SOCIÉTÉ ISLV	125	24	149
MARQUISES	150	116	266
TUAMOTU-GAMBIER	126	37	163
AUSTRALES	114	20	134
Total général	914	285	1 199

Répartition Femmes / Hommes

- Contrairement aux autres archipels très féminisés, les Marquises présentent une répartition quasi paritaire entre femmes (150) et hommes (116).
- Une dynamique artisanale plus mixte avec une répartition des savoir-faire plus équilibrée.

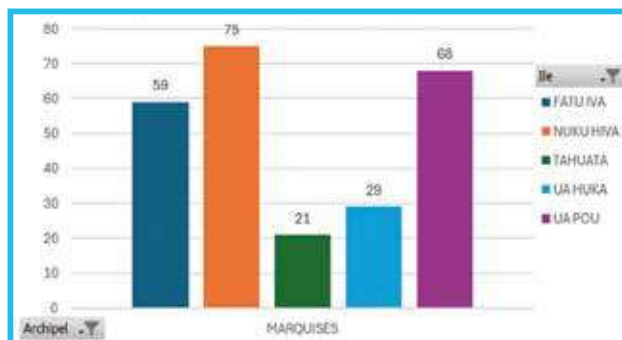
Aux Marquises, l'artisanat repose surtout sur des générations confirmées et expérimentées, et se distingue par une dynamique plus mixte que dans les autres archipels, grâce à une répartition quasi équilibrée entre femmes et hommes.

Principaux métiers



- Le **métier de sculpteur / graveur domine** largement aux Marquises, représente 146 artisans soit 55% du total
- Le métier de bijoutier traditionnel occupe une place importante 72 artisans soit 27% du total
- Le **métier de fabricant de tapa**, bien que minoritaire, incarne une pratique identitaire et patrimoniale avec 16 artisans soit 6% du total

Répartition géographique

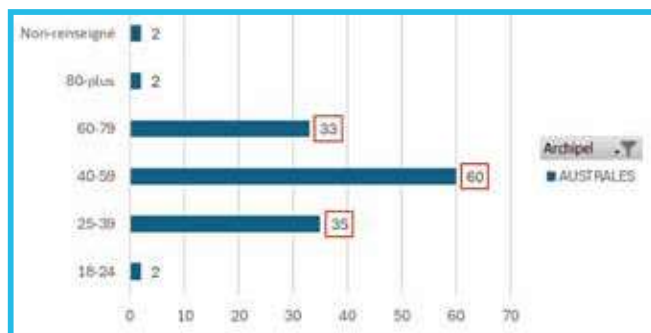


- L'artisanat des Marquises est **équitablement réparti** entre trois pôles principaux : Ua Pou, Fatu Iva et Nuku Hiva, qui concentrent ensemble plus de 80 % des artisans.
- Les autres îles, bien que moins peuplées artisanalement, incarnent des foyers de savoirs spécifiques.



FOCUS SUR LES ÎLES AUSTRALES

Tranches d'âge



Archipel	Femmes	Hommes	Total général
SOCIÉTÉ IDV	399	88	487
SOCIÉTÉ ISLV	125	24	149
MARQUISES	150	116	266
TUAMOTU-GAMBIER	126	37	163
AUSTRALES	114	20	134
Total général	914	285	1 199

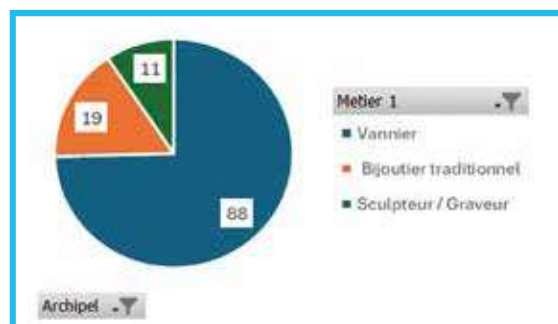
- Sur les 134 artisans recensés aux Australes, le secteur repose principalement sur des profils confirmés, avec 60 artisans âgés de 40 à 59 ans et 33 artisans de 60-79 ans plus expérimentés.
- Une relève en cours avec 37 artisans.

Répartition Femmes / Hommes

- Le secteur est fortement porté par les femmes (114), qui représentent plus de 85 % des artisans. Cette féminisation est cohérente avec la tendance observée dans les autres archipels.

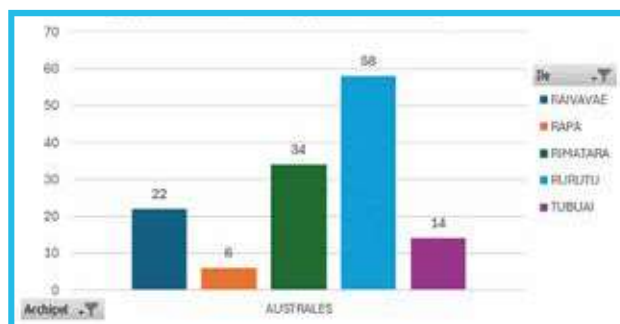
Aux Australes, l'artisanat repose surtout sur des générations confirmées et expérimentées, avec une relève en cours. On note une forte féminisation, en cohérence avec la tendance observée dans les autres archipels hors Marquises.

Principaux métiers



- Le métier de vannier domine largement aux Australes, représentant près de 2/3 des artisans soit 88 artisans
- **Le métier de bijoutier traditionnel** représentés par 19 artisans soit 14% du total
- **Les métiers de sculpteur/graveur** représentés par 11 artisans soit 8% du total sont présents mais plus marginaux

Répartition géographique



Répartition des artisans par île

- L'artisanat des Australes est fortement **concentré à Rurutu**, qui regroupe près de la moitié des artisans soit 43% du total avec 58 artisans recensés.
- **Rimatara et Raivavae forment un second cercle actif** soit 42% du total
- Tubuai et Rapa incarnent une présence plus discrète soit 14% du total

Aux Australes, l'artisanat est largement dominé par la vannerie, et se concentre principalement à Rurutu, avec Rimatara et Raivavae comme second pôle actif.

III.

Estimation du chiffre d'affaires du secteur





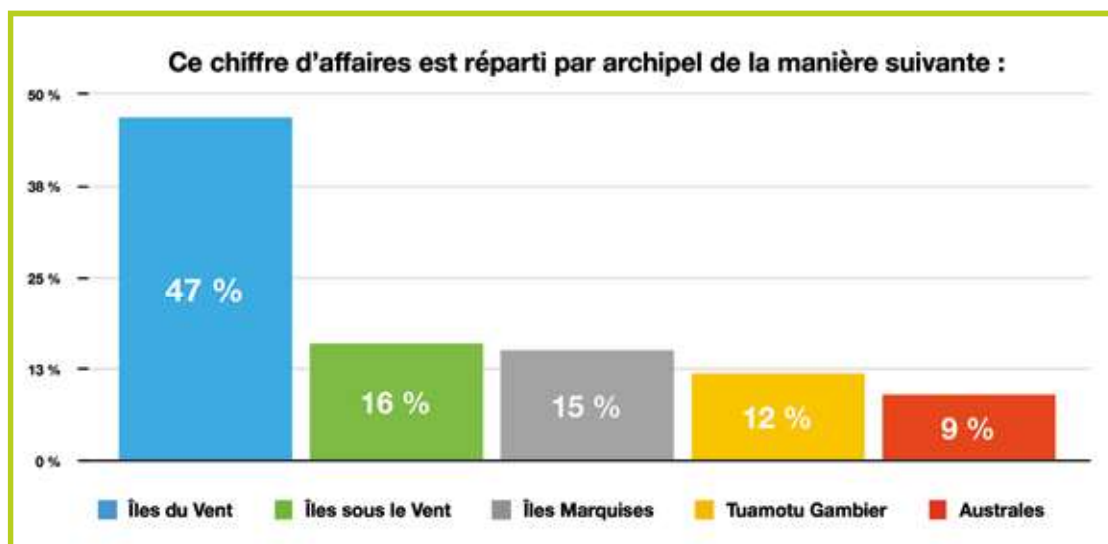
Le chiffre d'affaires du secteur est estimé à partir de la dernière actualisation de la base de données et de la cartographie de l'économie des métiers actualisée.

On compte donc 1 199 artisans actifs en Polynésie recensés auprès du Service de l'artisanat traditionnel (base qualifiée en 2025). L'hypothèse haute est fixée à 2 000 artisans (artisans actifs qu'il n'a pas pu être possible de contacter, ou qui ne souhaitent pas se déclarer).

Une hypothèse de temps moyen de production de 600h par an et par artisan a été prise, avec des variations selon certains métiers au regard de la connaissance du secteur par le Service. Le reste du temps est dédié à la commercialisation, à l'administratif et à d'autres activités.

Le chiffre d'affaires moyen d'un artisan est de l'ordre de 1,6MF / an. Cette donnée ainsi que l'approche par métier ont été confrontées avec la connaissance du secteur par le Service et des études antérieures (sondage).

Sur cette base, et en prenant en compte le chiffre d'affaires horaire estimé par métier, le chiffre d'affaires du secteur est estimé entre 1,8 et 3,1 milliards XPF.



**Les tableaux des pages suivantes
présentent le détail de ces estimations.**

Estimation du chiffre d'affaires du secteur par métier

Métiers (base ajustée)	Nb artisans (base qualifiée)	CA horaire moyen
Bijoutier traditionnel	462	2807
Sculpteur / graveur	216	1250
Vannier	176	2250
Tailleur / Couturier	128	6000
Préparateur et fabricant de matières premières	65	1200
Fabricant d'articles décoratifs en tissu	47	1250
Peintre décorateur	27	3500
Décorateur	20	3225
Fabricant de tapa	19	2500
Fabricant de parures florales	15	5000
Nacrier	5	2281
Facteur et restaurateur de percussions	4	1429
Facteurs et restaurateurs d'instruments à corde	3	1429
Fabricant de more	2	2398
Costumier	1	2398
Fabricant d'accessoires de mode	1	2398
Divers	8	2398
Total	1 199	

Estimation du chiffre d'affaires du secteur par archipel

Métiers (base ajustée) / Archipels	Nb artisans (base qualifiée)	CA horaire moyen
Société - IDV	487	43 713
Société - ISLV	149	31 380
Marquises	266	32 809
Tuamotu - Gambier	163	32 707
Australes	134	20 655
Total	1 199	161 264



CA annuel estimé (600h travaillées)	CA en XPF (1200 artisans)	Nb artisans (2000 artisans)	CA en XPF (2000 artisans)
1 684 375	778 181 250	785	1 322 908 125
750 000	162 000 000	367	275 400 000
1 350 000	237 600 000	299	403 920 000
3 600 000	460 800 000	218	783 360 000
720 000	46 800 000	111	79 560 000
750 000	35 250 000	80	59 925 000
2 100 000	56 700 000	46	96 390 000
1 935 000	38 700 000	34	65 790 000
1 500 000	28 500 000	32	48 450 000
3 000 000	45 000 000	26	76 500 000
1 368 750	6 843 750	9	11 634 375
857 143	3 428 571	7	5 828 571
857 143	2 571 429	5	4 371 429
1 438 793	2 877 585	3	4 891 895
1 438 793	1 438 793	2	2 445 947
1 438 793	1 438 793	2	2 445 947
1 438 793	11 510 340	14	19 567 578
	1 919 640 510	2 038	3 263 388 867

CA annuel estimé (800h travaillées)	CA en XPF (1200 artisans)	Nb artisans (2000 artisans)	CA en XPF (2000 artisans)	% / Total
26 227 581	911 023 924	828	1 548 740 671	47%
18 828 168	284 119 460	253	487 894 977	15%
19 685 310	311 441 105	452	529 449 879	16%
19 624 103	232 386 560	277	397 503 100	12%
12 393 168	179 300 710	228	304 811 207	9%
96 758 329	1 918 271 760	2 038	3 268 399 834	100%

IV.

Modalités de mise à jour de la cartographie de l'économie de l'artisanat traditionnel

*Les fiches sont classées selon l'ordre des métiers
les plus pratiqués aux métiers les moins pratiqués.*





La cartographie de l'économie de l'artisanat traditionnel est destinée à être mise à jour régulièrement. Plusieurs pistes sont envisagées dans ce cadre :

- Intégrer des questions spécifiques dans une étude existante : recensement général, recensement agricole, enquête sur le budget des familles. Ces démarches sont envisageables, mais potentiellement complexe et avec un budget significatif à prévoir.
- Produire une première analyse à partir des numéros Tahiti des artisans et des données de chiffre d'affaires dont dispose l'ISPF : échanges à poursuivre avec l'ISPF sur ce point.
- Mettre en place des questionnaires anonymes à soumettre aux artisans lors des tournées dans les îles et de sondages.
- Comparer la base avec le résultat de ces questionnaires pour évaluer le degré de fiabilité de la base (ex : x actifs identifiés dans la base, x recensés sur le terrain)
- Poursuivre la méthode actuelle à partir de l'analyse de la base et l'analyse de l'économie des métiers.
- Croiser les différentes méthodes

Ces pistes ont fait l'objet d'échanges avec l'ISPF.

V.

Annexe 1 : analyses métiers

SOMMAIRE

Fiches métiers : bijoutier traditionnel	p. 35 à 37
Fiches métiers : sculpteur-graveur	p. 38 à 39
Fiches métiers : vannier	p. 40 à 41
Fiches métiers : fabricant de tifaifai / couturier	p. 42 à 44
Fiches métiers : préparateur de matières premières	p. 45 à 49
Fiches métiers : fabricant d'instruments de musique	p. 50 à 52
Fiches métiers : décorateur	p. 53 à 56
Fiches métiers : fabricant de parures florales	p. 57

Bijoutier traditionnel (coquillages)

- Le bijoutier coquillage conçoit, réalise, répare, entretient, transforme et vend des bijoux traditionnels conçus avec des coquillages. Il fabrique des bijoux en petite série ou en pièce. Il enfle les coquillages pour en faire des colliers.
- Le processus de préparation d'un **COLLIER ELABORÉ EN COQUILLAGES (avec n'au blanc)** est le suivant :



temps non pris en compte avec achat de la matière première

Pour la préparation d'un collier élaboré :

- Le temps passé pour l'étape 1 (Dessiner le collier) est valorisé à 10 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 2 (Sélectionner les coquillages) est valorisé à 5 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 3 (Perçer les coquillages) est valorisé à 30 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 4 (Attacher et coller les pièces) est valorisé 10 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 5 (Tresser) est valorisé à 40 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 6 (Assembler les grappes) est valorisé à 25 minutes.

Au total, le temps passé valorisé pour préparer un collier élaboré (avec n'au blanc) est de 2h.

- Les matières premières utilisées sont les suivantes : coût estimé à 22 000 Fcfp
- N'au blanc : 3 000 Fcfp (équivalent à 4 tiges 120 Fcfp)
- Bouteille 1l coquillage basiques : 4 000 Fcfp (équivalent à 500 Fcfp)
- Bouteille 1l coquillage rares : 15 000 Fcfp (équivalent à 1 500 Fcfp)

Les équipements utilisés sont les suivants : investissement d'environ 14 500 Fcfp

- Perceuse : 10 000 Fcfp
- Pistolet à colle : 3 000 Fcfp
- Ciseaux : 500 Fcfp
- Aiguilles : 1 000 Fcfp (5 aiguilles)

Les consommables utilisés sont les suivants : coût estimé à 660 Fcfp

- Fermoirs : 300 Fcfp/5 pièces (équivalent 60 Fcfp)
- Tube de colle forte : 360 Fcfp/2 pièces (équivalent 90 Fcfp)

Au total, les matières premières sont valorisées à 2 120 Fcfp, les équipements sont valorisés à 5 Fcfp

(non impacté sur le coût de revient final car pas significatif) et les consommables sont valorisés à 150 Fcfp.

Les principaux produits identifiés à ce stade sont :

- Collier pour les départs
- Collier simple
- Boucle d'oreille
- Bracelet
- Bague

Le prix de vente d'un collier élaboré en coquillages avec n'au blanc est de 10 000 Fcfp unité.

Les clients finaux sont principalement des locaux et des touristes.

COLLIER ELABORÉ EN COQUILLAGES ET N'AU BLANC	
Coût de revient	Prix de vente
Coût de revient total ~ 4 300 Fcfp	
Temps passé : 2h 2 049 Fcfp (valorisation au SMIG horaire brut)	
Consommables ~ 150 Fcfp	
Equipement ~ 5 Fcfp non pris en compte par produit	
Matière première Niau blanc : ~ 2 120 Fcfp	
10 000 Fcfp Pouvant aller jusqu'à 15 000 Fcfp	
L'artisan parvient à se rémunérer au SMIG horaire brut pour la préparation de colliers élaborés en coquillages et n'au blanc.	

Bijoutier traditionnel (coquillages)

- Le bijoutier coquillage conçoit, réalise, répare, entretient, transforme et vend des bijoux traditionnels conçus avec des coquillages. Il fabrique des bijoux en petite série ou en pièce. Il enfle les coquillages pour en faire des colliers.
- Le processus de préparation d'un **COLLIER ELABORÉ EN COQUILLAGES (avec fibre de coco)** est le suivant :



Pour la préparation d'un collier élaboré (fibre de coco) :

- Le temps passé pour l'étape 1 (dessiner le collier) est valorisé à 30 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 2 (sélectionner les coquillages) est valorisé à 30 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 3 (sélectionner et trier la fibre de coco) est valorisé à 1h.
- Le temps passé pour l'étape 4 (percer les coquillages) est valorisé 2h.
- Le temps passé pour l'étape 5 (Attacher et coller les pièces) est valorisé à 4h.
- Le temps passé pour l'étape 6 (Tresser) est valorisé à 5h.
- Le temps passé pour l'étape 7 (Assembler les grappes) est valorisé à 8h.

Au total, le temps passé valorisé pour préparer un collier élaboré en fibre de coco est de 21h.

Les matières premières utilisées sont les suivantes : coût estimé à 24 000 Fcfp

- Fibre de coco : 10 000 Fcfp (équivalent à 1 500 Fcfp)
- Bouteille 1l coquillage basiques : 4 000 Fcfp (équivalent à 500 Fcfp)
- Bouteille 1l coquillage rares : 15 000 Fcfp (équivalent à 1 500 Fcfp)
- Nacres, perles : 2 000 Fcfp (par collier élaboré)

Les équipements utilisés sont les suivants : investissement à 56 500 Fcfp

- Perceuse : 45 000 Fcfp (équivalent 300 Fcfp)
- Touret : 7 000 Fcfp (équivalent 100 Fcfp)
- Pistolet à colle : 3 000 Fcfp (équivalent à 100 Fcfp)
- Ciseaux : 500 Fcfp
- Aiguilles : 1 000 Fcfp (5 aiguilles)

Les consommables utilisés sont les suivants :

- Tube de colle forte : 360 FCFP/2 pièces

Au total, les matières premières sont valorisées à 5 500 Fcfp, les équipements sont valorisés à 200 Fcfp et les consommables sont valorisés à 90 Fcfp (non impactés sur le coût de revient final car pas significatif).

Les principaux produits identifiés à ce stade sont :

- Collier simple
- Boucle d'oreille
- Bracelet
- Bague

Le prix de vente d'un collier élaboré en fibre de coco est de 35 000 Fcfp unité.

Les clients finaux sont principalement des locaux, bijouteries et des touristes.

COLLIER ELABORÉ EN COQUILLAGES (FIBRE DE COCO)	
Coût de revient	Prix de vente
Coût de revient total ~ 27 200 Fcfp Temps passé : 21h 21 520 Fcfp (valorisation au SMIG horaire brut) Consommables ~ 90 Fcfp non pris en compte * Equipement ~ 200 Fcfp Matière première Coquillages, fibre de coco, nacres, perles : ~ 5 500 Fcfp	35 000 Fcfp Pouvant aller jusqu'à 90 000 Fcfp
* L'équipement est amorti sur 3 ans à 200 Fcfp par produit	
L'artisan parvient à se rémunérer au SMIG horaire brut pour la préparation d'un collier élaboré en coquillages avec de la fibre de coco.	

Bijoutier traditionnel (coquillages)

- Le bijoutier nacre conçoit, réalise, répare, entretient, transforme et vend des bijoux traditionnels conçus avec des nacres. Il fabrique des bijoux en petite série ou en pièce.
- Le processus de préparation d'un **COLLIER ELABORÉ EN NACRE** est le suivant :



Pour la préparation d'un collier élaboré en nacre:

- Le temps passé pour l'étape 1 (Dessiner le collier) est valorisé à 1h.
- Le temps passé pour l'étape 2 (Tracer) est valorisé à 2h.
- Le temps passé pour l'étape 3 (Découper) est valorisé à 4h.
- Le temps passé pour l'étape 4 (Meuler) est valorisé à 3h.
- Le temps passé pour l'étape 5 (Graver) est valorisé à 16h.
- Le temps passé pour l'étape 6 (Polir) est valorisé à 2h.
- Le temps passé pour l'étape 7 (Monter et assembler) est valorisé à 5h.

Au total, le temps passé valorisé pour préparer un collier élaboré en nacre est de 32h.

Les matières premières utilisées sont les suivantes :

- Coquilles de nacre : 250 Fcfp le kg (1kg = 5 nacres taille 9-10) (équivalent 250 Fcfp)
- Les équipements utilisés sont les suivants : investissement d'environ 1,4 MFcfp
- Micro moteur : 250 000 Fcfp
- Touret : 116 000 Fcfp (petit) 275 000 Fcfp (moyen)
- Machine à découper : 99 000 Fcfp
- Machine à percer les nacres : 40 000 Fcfp
- Perceuse simple : 50 000 Fcfp
- Machine à graver : 45 000 Fcfp (petite) 270 000 Fcfp (grande)
- Meules diamantées : 30 000 Fcfp
- Machine à papier de verre : 150 000 Fcfp

Les consommables utilisés sont les suivants : investissement d'environ 10 390 Fcfp

- Papier de verre 10 000 Fcfp/1

- Tube de colle forte pour bijoux : 390 Fcfp 2 pièces

Au total, les matières premières sont valorisées à 250 Fcfp, les équipements sont valorisés à 5 600 Fcfp et les consommables sont valorisés à 500 Fcfp.

Les principaux produits identifiés à ce stade sont :

- Collier simple • Collier élaboré • Diadème pour l'élection de miss
- Boucle d'oreille • Bracelet • Pendentif

Le prix de vente d'un collier élaboré en nacre est de 50 000 Fcfp unité.

Les clients finaux sont principalement des locaux, bijouteries et des touristes.

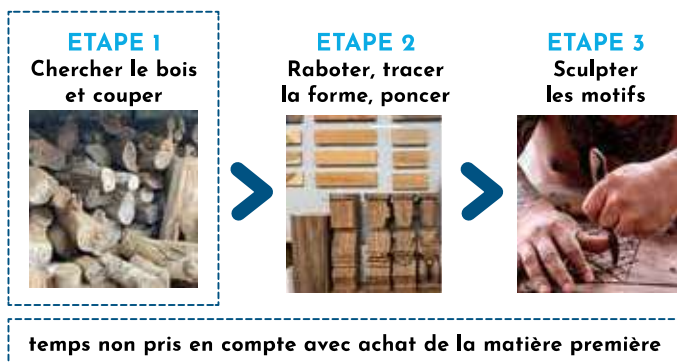
COLLIER ELABORÉ EN NACRE	
Coût de revient	Prix de vente
Coût de revient total ~ 39 100 Fcfp	
Temps passé : 32h 32 792 Fcfp (valorisation au SMIG horaire brut)	
* Consommables ~ 500 Fcfp	
* Equipement ~ 5 600 Fcfp	
Matière première Coquilles de nacre : ~ 250 Fcfp	
50 000 Fcfp Pouvant aller jusqu'à 120 000 Fcfp	

* L'équipement est amorti sur 3 ans à 5 600 Fcfp par produit
* Les consommables sont estimés à 500 Fcfp par produit avec un remplacement à prévoir 4 fois par an

L'artisan parvient à se rémunérer au SMIG horaire brut pour la préparation d'un collier élaboré en nacre (sans prise en compte de l'équipement nécessaire)

Sculpteur et graveur (bois)

- Le sculpteur taille le bois, l'os ou la pierre afin de faire naître des motifs ou des formes pour créer objets décoratifs, statues et sculptures. Il peut être amené à intégrer dans ses œuvres d'autres matériaux que le bois, l'os ou la pierre. La gravure consiste à dessiner sur un objet en creusant sa surface. Le graveur creuse la matière avec une pointe diamantée, au jet de sable ou au gravelet.
- Le processus de préparation du **TIKI MOYEN EN BOIS (30cm)** est le suivant :



Pour la préparation d'un tiki moyen en bois :

- Le temps passé pour l'étape 1 (chercher le bois et couper) est valorisé à 2h (temps non pris en compte avec achat de la matière première).
- Le temps passé pour l'étape 2 (Raboter, tracer la forme, poncer) est valorisé à 4h.
- Le temps passé pour l'étape 3 (sculpter les motifs) est valorisé à 8h.

Au total, le temps passé valorisé pour préparer un tiki moyen en bois est de 14h.

Les matières premières utilisées sont : coût estimé à 150 000 Fcfp

- BOIS : miro, tau, purau, hibiscus sauvage, tamanu, kaoli : 50 000 à 100 000 Fcfp un lot de 5 à 10 troncs différents (équivalent 5 000 Fcfp)

Les équipements utilisés sont les suivants : investissement à 1,5 MFcfp

- Meuleuse : 34 000 Fcfp
- Raboteuse électrique : 132 000 Fcfp ; Raboteuse basique : 40 000 Fcfp
- Gouge : 6 000 Fcfp
- Machine professionnelle à graver 280 000 Fcfp ; Machine à graver basique : 60 000 Fcfp
- Micromoteur : 300 000 Fcfp
- Petit touret : 12 000 Fcfp
- Grande tronçonneuse : 300 000 Fcfp ; Moyenne tronçonneuse : 200 000 Fcfp ; Petite tronçonneuse : 100 000 Fcfp
- Scie à ruban : 120 000 Fcfp
- Fraises diamants : 3 000 Fcfp

Les consommables utilisés sont les suivants : coûts estimés à 33 600 Fcfp

- Disque diamanté à 2 800 Fcfp/ pièce ; Grand disque : 25 000 Fcfp ; Disque semi flexible : 800 Fcfp
- Papier verre avec différentes graines : 5 000 Fcfp le paquet (1 papier 100 Fcfp)

Au total, la matière première est valorisée à 5 000 Fcfp, les équipements sont valorisés à 3 500 Fcfp (pour 140 tiki) et 2 900 Fcfp (pour 170 tiki) et les consommables sont valorisés à 1 000 Fcfp.

Les principaux produits identifiés à ce stade sont :

- Tiki (petit, moyen, grand)
- Tortues
- Ůmete (moyen, grand)
- Bols
- Tord cou et casse-tête

Le prix de vente d'un tiki moyen en bois est de 20 000 Fcfp.

Les clients finaux sont soit des touristes (qui souhaitent acheter un souvenir) ou des locaux.

TIKI MOYEN EN BOIS (30CM)	
Coût de revient	Prix de vente
Coût de revient total ~ 18 800 Fcfp	
Temps passé : 14h 14 346 Fcfp (valorisation au SMIG horaire brut)	
* Consommables ~ 1 000 Fcfp	
* Equipements ~ 3 500 Fcfp	
Matière première Bois (Tau, Miro, Purau, Tutu, Bois de rose, Santal) : non valorisée par produit	

➤

20 000 Fcfp
Pouvant aller jusqu'à 30 000 Fcfp

L'artisan parvient à se rémunérer au SMIG horaire brut pour la fabrication (sculpture et gravure) d'un tiki moyen en bois de 30 cm

TIKI MOYEN EN BOIS (30CM)	
Coût de revient	Prix de vente
Coût de revient total ~ 21 000 Fcfp (avec achat de la matière première)	
Temps passé : 12h 12 297 Fcfp (valorisation au SMIG horaire brut)	
* Consommables ~ 800 Fcfp	
* Equipements ~ 2 900 Fcfp	
Matière première Bois (Tau, Miro, Purau, Tutu, Bois de rose, Santal) : ~ 5 000 Fcfp pris en compte par produit	

➤

20 000 Fcfp
Pouvant aller jusqu'à 30 000 Fcfp

* L'équipement est amorti sur 3 ans à 2 900 Fcfp par produit
 * Les consommables sont estimés à 800 Fcfp par produit avec un remplacement à prévoir 4 fois par an

L'artisan parvient à se rémunérer au SMIG horaire brut pour la fabrication (sculpture et gravure) d'un tiki moyen en bois de 30 cm.
 Un artisan qui travaille à temps plein (250j par an) produit 170 tikis moyens en bois.
 Il est rémunéré 1,9 millions Fcfp (déduction faite du coût du bois, de l'équipement, des consommables et hors prise en compte des charges fiscales et sociales)

Sculpteur et graveur (pierre)

- Le sculpteur taille le bois, l'os ou la pierre afin de faire naître des motifs ou des formes pour créer objets décoratifs, statues et sculptures. Il peut être amené à intégrer dans ses œuvres d'autres matériaux que le bois, l'os ou la pierre. La gravure consiste à dessiner sur un objet en creusant sa surface. Le graveur creuse la matière avec une pointe diamantée, au jet de sable ou au gravelet.
- Le processus de préparation du **TIKI MOYEN EN PIERRE (30 cm)** est le suivant :



Pour la préparation d'un tiki moyen en pierre :

- Le temps passé pour l'étape 1 (Chercher la pierre dans la vallée ou au bord des rivières) est estimé à 1h.
- Le temps passé pour l'étape 2 (Dessiner la forme souhaitée) est valorisé à 2h.
- Le temps passé pour l'étape 3 (Dégrossir et tailler la pièce et définir ses contours) est valorisé à 8h.
- Le temps passé pour l'étape 4 (Sculpter les motifs) est valorisé à 16h.
- Le temps passé pour l'étape 5 (Ponçage et polissage) est valorisé à 1h.

Au total, le temps passé valorisé pour préparer un tiki moyen en pierre est de 28h.

Les équipements utilisés sont les suivants : investissement d'environ 1 MFcfp

- Meuleuse : 34 000 Fcfp
- Raboteuse électrique : 132 000 Fcfp ; Raboteuse basique : 40 000 Fcfp
- Gouge : 6000 Fcfp
- Machine professionnelle à graver 280 000 Fcfp ; Machine à graver basique : 60 000 Fcfp
- Micromoteur : 300 000 Fcfp
- Petit touret : 12 000 Fcfp
- Scie à ruban : 120 000 Fcfp
- Fraises diamants : 3 000 Fcfp

Les consommables utilisés sont les suivants : coûts estimés à 45 600 Fcfp

- Disque diamanté à 2 800 Fcfp/ pièce ; Grand disque : 25 000 Fcfp ; Disque semi flexible : 800 Fcfp
- Papier verre avec différentes graines : 5 000 Fcfp le paquet (1 papier 100 Fcfp)
- Patch pour polir pierre : 12 000 FCFP

Au total, les équipements sont valorisés à 4 800 Fcfp et les consommables sont valorisés à 2 600 Fcfp.

Les principaux produits identifiés à ce stade sont :

- Tiki (petit, moyen, grand) • Tortue • Raie • Poisson

Le prix de vente d'un tiki moyen en pierre est de 30 000 Fcfp.

Les clients finaux sont soit des touristes (qui souhaitent acheter un souvenir) ou des locaux.

TIKI MOYEN EN PIERRE (30CM)	
Coût de revient	Prix de vente
Coût de revient total ~ 36 100 Fcfp	
Temps passé : 28h 28 693 Fcfp (valorisation au SMIG horaire brut)	
* Consommables ~ 2 600 Fcfp	
* Equipements ~ 4 800 Fcfp	
Matière première Pierre (Basalte, pierre fleurie) : non valorisée par produit	
* L'équipement est amorti sur 3 ans à 4 800Fcfp par produit * Les consommables sont estimés à 2 600 Fcfp par produit avec un remplacement à prévoir 4 fois par an	

30 000 Fcfp
Pouvant aller
jusqu'à 40 000 Fcfp

L'artisan ne parvient pas à se rémunérer au SMIG horaire brut pour la fabrication (sculpture et gravure) d'un tiki moyen en pierre.

Vannier

- Le vannier tresse, coud ou assemble diverses matières végétales et naturelles. Il utilise les savoir-faire et techniques ancestrales pour concevoir des objets utilitaires ou décoratifs.
- Le processus de préparation d'un **PANIER MARCHÉ STANDARD** est le suivant :



Pour la préparation d'un panier marché standard (taille moyenne) :

- Le temps passé pour l'étape 1 (Mesurer les feuilles de pandanus sur le modèle) est de 2 minutes et n'est pas valorisé.
- Le temps passé pour l'étape 2 (Préparer le pandanus) est de 3 minutes et n'est pas valorisé.
- Le temps passé pour l'étape 3 (Tresser sur le gabarit) est valorisé à 1h.
- Le temps passé pour l'étape 4 (Finitions) est valorisé 1h.

Au total, le temps passé valorisé pour préparer un panier marché standard est de 2h.

La matière première utilisée est la suivante : coût estimé à 5 000 Fcfp

- Rouleau pandanus couleur simple 37cm diamètre : 4 000 à 5 000 Fcfp (équivalent à 1 500 Fcfp)

Les équipements utilisés sont les suivants : investissement d'environ 5 400 Fcfp

- Ciseaux : 3 000 Fcfp
- Aiguilles (5) : 1 000 Fcfp
- Boîte à épingle : 400 Fcfp
- Gabarit (caisse) : gratuit
- Couteau : 1 000 Fcfp

Au total, la matière première est valorisée à 1 500 Fcfp les équipements sont valorisés à 20 Fcfp (non impacté sur le coût de revient final car pas significatif).

Il n'y a pas de consommables pour la préparation d'un panier marché.

Les principaux produits identifiés à ce stade sont :

- Panier marché simple (petit, moyen et grand)
- Chapeau
- Pé'ue
- Eventails

Le prix de vente d'un panier marché standard de taille moyenne est de 3 000 Fcfp.

Les clients finaux sont des touristes et des locaux.

PANIER MARCHÉ STANDARD	
Coût de revient	Prix de vente
Coût de revient total ~ 3 550 Fcfp	
Temps passé : 2h 2 049 Fcfp (valorisation au SMIG horaire brut)	
Aucun consommable	
Equipements ~ 20 Fcfp non pris en compte par produit	
Matière première Pandanus : ~ 1 500 Fcfp	
	3 000 Fcfp
* L'équipement est amorti sur 3 ans à 4 800 Fcfp par produit. * Les consommables sont estimés à 2 600 Fcfp par produit avec un remplacement à prévoir 4 fois par an.	
L'artisan ne parvient pas à se rémunérer au SMIG horaire brut pour la fabrication d'un panier marché standard.	

Vannier

- Le vannier tresse, coud ou assemble diverses matières végétales et naturelles. Il utilise les savoir-faire et techniques ancestrales pour concevoir des objets utilitaires ou décoratifs.
- Le processus de préparation d'un **PANIER CHIC DOUBLÉ AVEC ACCESSOIRES** est le suivant :



temps non pris en compte avec achat de la matière première

Pour la préparation d'un panier chic doublé de taille moyenne :

- Le temps passé pour l'étape 1 (Mesurer les feuilles de pandanus sur le modèle) est de 2 minutes et n'est pas valorisé.
- Le temps passé pour l'étape 2 (Préparer le pandanus) est de 3 minutes et n'est pas valorisé.
- Le temps passé pour l'étape 3 (Tresser sur le gabarit) est valorisé à 1h.
- Le temps passé pour l'étape 4 (Ajouter carton) est valorisé 1h.
- Le temps passé pour l'étape 5 (Tresser la doublure) est valorisé à 2h.
- Le temps passé pour l'étape 6 (Ajouter et coudre les accessoires) est valorisé à 30 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 7 (Finitions) est valorisé 30 minutes.

Au total, le temps passé valorisé pour préparer un panier chic doublé de taille moyenne est de 5h00.

Les matières premières utilisées sont les suivantes : coût estimé à 9 000 Fcfp

- Rouleau pandanus couleur simple (37cm diamètre) : 4 000 Fcfp (utilisation du rouleau entier)
- Rouleau marron/vert (20cm diamètre) : 5 000 Fcfp (équivalent à 1 000 Fcfp)

Les équipements utilisés sont les suivants : investissement à 26 000 Fcfp

- Aiguilles (5) : 1 000 Fcfp
- Machine à coudre : 25 000 Fcfp

Les consommables utilisés sont les suivants :

- Anses de sac chic: 1 195 Fcfp la paire
- Accessoires : 1 500 Fcfp

Au total, les matières premières sont valorisées à 5 000 Fcfp, les équipements sont valorisés à 20 Fcfp (non impacté sur le coût de revient final car pas significatif) et les consommables sont valorisés à 2 695 Fcfp.

Les principaux produits identifiés à ce stade sont :

- Panier chic doublé sans accessoires (petit, moyen et grand)
- Panier chic doublé avec accessoires (petit, moyen et grand)
- Pochettes

Le prix de vente d'un panier chic doublé avec accessoires de taille moyenne est de 15 000 Fcfp unité.

Les clients finaux sont principalement des locaux et des touristes.

PANIER CHIC DOUBLÉ AVEC ACCESSOIRES

Coût de revient

Coût de revient total
~ 12 800 Fcfp

Temps passé : 5h **5 124 Fcfp**
(valorisation au SMIG horaire brut)

Consommables ~ 2 695 Fcfp

Equipements
~ 20 Fcfp non pris en compte par produit

Matière première
Pandanus : ~ 5 000 Fcfp

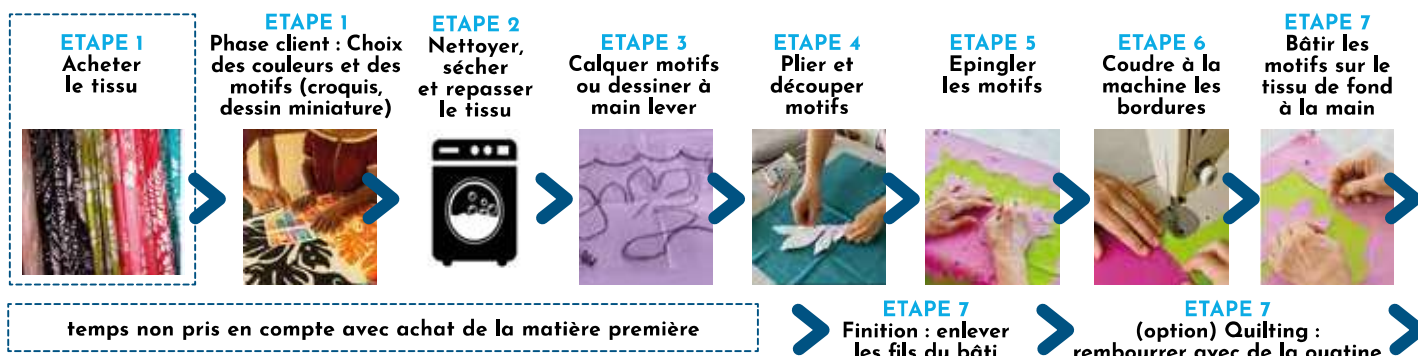
Prix de vente

15 000 Fcfp
Pouvant aller jusqu'à 18 000 Fcfp

L'artisan parvient à se rémunérer au SMIG horaire brut pour la préparation d'un panier chic doublé avec accessoires.

Fabricants d'articles décoratifs en tissu (Tifaifai)

- Le fabricant d'articles décoratifs réalise des Tifaifai, patchworks, tissus appliqués, coussins, drapeaux, nappes, couvertures... Il utilise différentes techniques de couture (appliqué, matelassage...) pour assembler des étoffes variées dans une composition organisée.
- La confection d'un Tifaifai cousu main repose sur un travail minutieux, où chaque motif est appliqué point par point à la main.
- Le processus de préparation d'un **TIFAIFAI COUSU MAIN MOTIF SIMPLE (2m40x2m60)** est le suivant :



Pour la préparation d'un tifaifai cousu à la main motif simple (2m40x2m60) :

- Le temps passé pour l'étape 1 (Phase client : choix des couleurs, motifs) est valorisé à 30 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 2 (Nettoyer et sécher, repasser le tissu) est valorisé 30 minutes (dont 2h de nettoyage et séchage non pris en compte).
- Le temps passé pour l'étape 3 (Calquer motifs ou dessiner à main lever) est valorisé à 1h.
- Le temps passé pour l'étape 4 (Plier et découper les motifs) est valorisé 4h.
- Le temps passé pour l'étape 5 (Epingler les motifs) est valorisé à 7h
- Le temps passé pour l'étape 6 (Coudre à la machine les bordures) est valorisé à 4h.
- Le temps passé pour l'étape 7 (Bâtir les motifs sur le tissu de fond) est valorisé à 35h
- Le temps passé pour l'étape 8 (Enlever les fils du bâti) est valorisé à 4h.
- Au total, le temps passé valorisé pour fabriquer un tifaifai cousu main motif simple est de 56h.

Les matières premières utilisées sont les suivantes :

- Tissu en coton : 1400 Fcfp/mètre (il faut 3m de tissu de fond + 3m de tissu pour le motif appliqué) = 8 400 Fcfp

Les équipements utilisés sont les suivants : investissement d'environ 456 000 Fcfp

- Machine à coudre : 80 000 FCFP (standard) ; 300 000 Fcfp (industrielle)
- Machine à laver : 50 000 Fcfp
- Ciseaux : 3 000 Fcfp
- Aiguilles : 1 000 Fcfp
- Planche en bois : 3 000 Fcfp
- Table pliante : 10 000 Fcfp
- Calque rouleau 20m : 7 000 Fcfp
- Pincettes : 1 500 Fcfp
- Boîte à épingle : 400 Fcfp

Les consommables utilisés sont les suivants :

- Fils pour bâti : 200 Fcfp
- Fils à coudre : 300 Fcfp
- Crayons : 20 Fcfp

Au total, les matières premières sont valorisées à 8 400 Fcfp, les équipements sont valorisés à 456 000 Fcfp (non impacté sur le coût de revient final) et les consommables sont valorisés à 500 Fcfp.

Les principaux produits identifiés à ce stade sont :

- Tifaifai cousu main (2m40x2m60) ; (260x280) ; (280x300) ; (270x300)
- Tifaifai enfant
- Tifaifai encadré
- Taies d'oreillers
- Chemin de table
- Nappe
- Dessus de lit

Le prix de vente d'un tifaifai cousu main (2m40x2m60) est de 70 000 Fcfp (motifs simples) et 300 000 Fcfp (finesse des motifs) unité.

Les clients finaux sont principalement des locaux et des touristes.

TIFAIFAI COUSU MAIN (2M40X2M60)

Coût de revient

**Coût de revient total
~ 66 300 Fcfp**

Temps passé : 56h **57 385 Fcfp**
(valorisation au SMIG horaire brut)

Consommables ~ 500 Fcfp

Équipement ~ 456 000 Fcfp
non pris en compte par produit

Matière première Tissu : ~ 8 400 Fcfp

Prix de vente

70 000 Fcfp
Pouvant aller
jusqu'à 300 000 Fcfp

L'artisan parvient à se rémunérer au SMIG horaire brut pour la préparation d'un tifaifai cousu main de 2m40x2m60. Un artisan qui travaille à temps plein (250j par an) produit 35 tifaifai cousu main Il est rémunéré 2,1 millions Fcfp (déduction faite du coût du tissu, des consommables et hors prise en compte de l'équipement des charges fiscales et sociales)

Fabricants d'articles décoratifs en tissu (Tifaifai)

- Le fabricant d'articles décoratifs réalise des Tifaifai, patchworks, tissus appliqués, coussins, drapeaux, nappes, couvertures... Il utilise différentes techniques de couture (appliqué, matelassage...) pour assembler des étoffes variées dans une composition organisée.
- La confection d'un Tifaifai cousu main repose sur un travail minutieux, où chaque motif est appliqué point par point à la main.
- Le processus de préparation d'un **TIFAIFAI COUSU MACHINE MOTIF SIMPLE (2m40x2m60)** est le suivant :



Pour la préparation d'un Tifaifai cousu à la machine motif simple (2m40x2m60) :

- Le temps passé pour l'étape 1 (Phase client : choix des couleurs, motifs) est valorisé à 30 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 2 (Nettoyer et sécher, repasser le tissu) est valorisé 30 minutes (dont 2h de nettoyage et séchage non pris en compte).
- Le temps passé pour l'étape 3 (Calquer motifs ou dessiner à main lever) est valorisé à 1h.
- Le temps passé pour l'étape 4 (Plier et découper les motifs) est valorisé 1h.
- Le temps passé pour l'étape 5 (Epingler les motifs) est valorisé à 30 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 6 (Coudre à la machine les bordures) est valorisé à 30 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 7 (Coudre les motifs sur le tissu de fond à la machine) est valorisé à 2h

Au total, le temps passé valorisé pour fabriquer un tifaifai cousu à la machine motif simple est de 5h.

Les matières premières utilisées sont les suivantes :

- Tissu en coton : 1400 Fcfp/mètre (il faut 3m de tissu de fond + 3m de tissu pour le motif appliqué) = 8 400 Fcfp
- Les équipements utilisés sont les suivants : investissement d'environ 456 000 Fcfp
- Machine à coudre : 80 000 FCFP (standard) ; 300 000 Fcfp (industrielle)

- Machine à laver : 50 000 Fcfp
- Ciseaux : 3 000 Fcfp
- Aiguilles : 1 000 Fcfp
- Planche en bois : 3 000 Fcfp
- Table pliante : 10 000 Fcfp
- Calque rouleau 20m : 7 000 Fcfp
- Pincettes : 1 500 Fcfp
- Boîte à épingle : 400 Fcfp

Les consommables utilisés sont les suivants :

- Fils pour bâti : 200 Fcfp
- Fils à coudre : 300 Fcfp
- Crayons : 20 Fcfp

Au total, les matières premières sont valorisées à 8 400 Fcfp, les équipements sont valorisés à 456 000 Fcfp (non impacté sur le coût de revient final) et les consommables sont valorisés à 500 Fcfp.

Les principaux produits identifiés à ce stade sont :

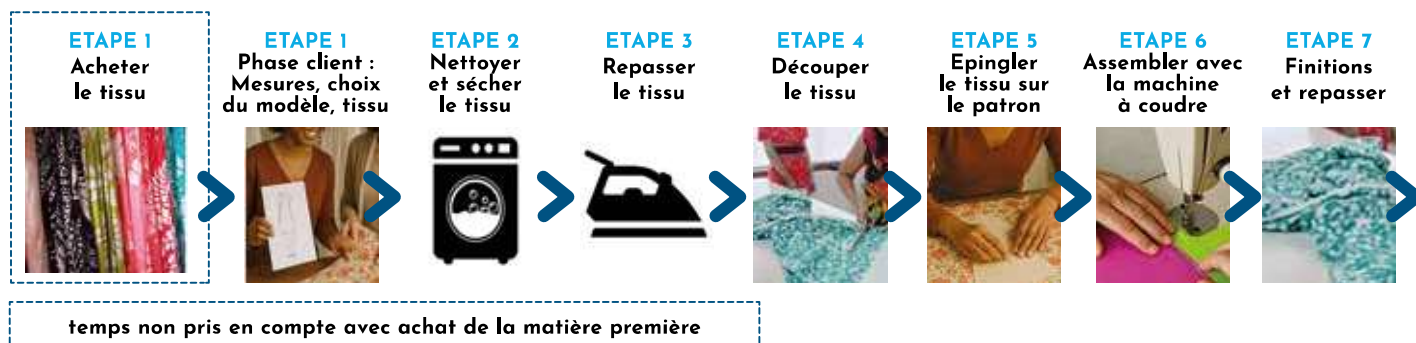
- Tifaifai cousu à la machine (2m40x2m60) ; (260x280) ; (280x300) ; (270x300)
- Tifaifai enfant
- Tifaifai encadré
- Taies d'oreillers
- Chemin de table
- Nappe
- Dessus de lit

Le prix de vente d'un tifaifai cousu à la machine (2m40x2m60) est de 40 000 à 60 000 Fcfp unité.

Les clients finaux sont principalement des locaux et des touristes.

Tailleur, couturier

- Le tailleur traditionnel réalise des vêtements sur mesure inspirés du patrimoine culturel et de l'histoire polynésienne récente.
- Le processus de préparation d'une **ROBE COURTE** est le suivant :



Pour la préparation d'une robe courte :

- Le temps passé pour l'étape 1 (Phase client : mesures, choix du modèle et du tissu) est valorisé à 10 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 2 (Nettoyer, sécher) est estimé à 2h et non pris en compte.
- Le temps passé pour l'étape 3 (repasser le tissu) est estimé à 5 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 4 (Couper le tissu) est valorisé à 10 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 5 (Epingler le tissu sur le patron) est valorisé à 10 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 6 (Assembler avec la machine à coudre) est valorisé à 45 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 7 (Finitions et repasser) est valoriser à 10 minutes.

Au total, le temps passé valorisé pour confectionner une robe courte est de 1h30.

Les matières premières utilisées sont les suivantes : coût estimé à 1 990 Fcfp

- Tissu en coton : 995 Fcfp/mètre (équivalent à 1 990 Fcfp pour 2 m)

Les équipements utilisés sont les suivants : investissement de 301 500 Fcfp

- Machine à coudre industrielle : 300 000 Fcfp
- Ciseaux : 500 Fcfp
- Aiguilles (5) : 1 000 Fcfp

Les consommables utilisés sont les suivants : coût estimé à 500 Fcfp

- Fils à coudre (200m) : 500 Fcfp (pour une robe courte)

Au total, les matières premières sont valorisées à 1 990 Fcfp, les équipements sont valorisés à 80 Fcfp (non impactés sur le coût de revient final car pas significatif) et les consommables sont valorisés à 500 Fcfp.

Les principaux produits identifiés à ce stade sont :

- Robe courte • Robe longue • Chemisier femme
- Chemisier homme • Chemisier enfant

Le prix de vente d'une robe courte est de 9 000 Fcfp unité.

Les clients finaux sont principalement des locaux et des touristes.

ROBE COURTE

Coût de revient

Coût de revient total
~ 4 000 Fcfp

Temps passé : 1h30 1 537 Fcfp
(valorisation au SMIG horaire brut)

Consommables
~ 80 Fcfp non pris en compte

*Équipement ~ 500 Fcfp

Matière première
Tissu : ~ 1 990Fcfp

Prix de vente

9 000 Fcfp
Pouvant aller jusqu'à
13 000 Fcfp

>

* L'équipement est amorti sur 3 ans à 500 Fcfp par produit

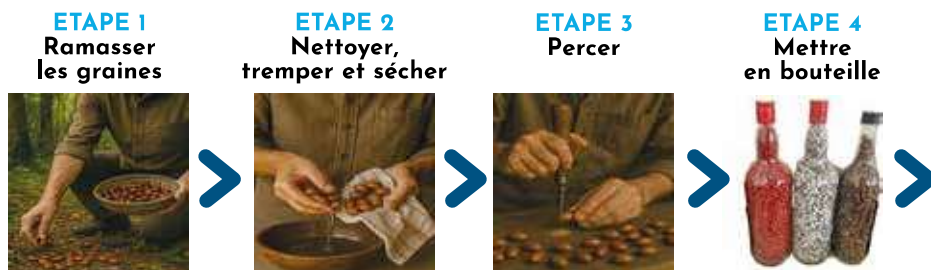
L'artisan parvient à se rémunérer au SMIG horaire brut pour la confection d'une robe courte.

Préparateur et fabricant de matières premières (graines)

Le préparateur de graines ramasse tous types de graines, les nettoie et les sèche. Pour en faire des bijoux il les perce et les assemble. Cette activité est essentiellement réalisée aux îles Marquises et Australes.

Les principaux types de graines ramassés : Piti piti o, flamboyant, poniu (rouge et noir), kana (noir), piritai (jaune), larmes de jobs (blanc) kokou, autoo/mata puatoro, hopo, pohue

Le processus de préparation d'un contenant de graines de 1L est le suivant :



Pour remplir l'équivalent de 5 litres de graines (à vérifier) :

- Le temps passé pour l'étape 1 (ramasser les graines) est valorisé à 8h.
- Le temps passé pour l'étape 2 (nettoyer, tremper et sécher) est estimé à 1 journée (8h) et n'est pas valorisé.

Au total, le temps passé valorisé pour remplir un contenant de 1L de graines est de 8h.

L'équipement utilisé pour remplir un contenant de 1L de graines est le suivant :

- Grande bassine : 10 000 Fcfp
- Le consommable utilisé est le suivant :
- Bouteille d'eau de javel 1l : 300 Fcfp (équivalent de 30 Fcfp / bouteille)

Au total, l'équipement est valorisé à 10 000 Fcfp (non impacté sur le coût de revient final) et le consommable à 30 Fcfp pour 1 litre de graines.

Les principaux produits sont :

- Contenant de graines non-percées de 50cl ou 1L
- Contenant de graines percées de 50cl

Le prix de vente moyen d'un contenant de 1L de graines non-percées est de 3 000 Fcfp l'unité.

Les clients finaux sont essentiellement des clients locaux.

CONTENANT GRAINES NON PERCÉES 1L

Coût de revient

**Coût de revient total
~ 8 500 Fcfp**

Temps passé : 8h **8 198 Fcfp**
(valorisation au SMIG horaire brut)

Consommable
~ 30 F Fcfp eau de javel

Equipement ~ 10 000 Fcfp non pris en compte par produit

Matière première
Différentes graines : non valorisée par produit

Prix de vente

3 000 Fcfp

On ne sait pas combien de bouteilles de 1L on remplit en 8h de ramassage

L'artisan ne parvient pas à se rémunérer au SMIG horaire brut pour la réalisation plusieurs bouteilles de graines et à générer une marge supplémentaire.

La marge est améliorée si le préparateur perce les graines

Préparateur et fabricant de produits avec des graines

- Il est également possible de transformer les graines en tous types de bijoux (boucles d'oreilles, bracelets, colliers simples, colliers élaborés)



- Le processus de préparation d'un collier élaboré en graines est le suivant :

ETAPE 0
Récupérer le contenant
de graines



ETAPE 1
Percer
les graines



ETAPE 2
Assembler
le collier



Pour confectionner un collier élaboré en graines (à vérifier) :

- Le temps passé pour l'étape 1 (percer les graines) est estimé à 1h.
- Le temps passé pour l'étape 2 (assembler le collier) est valorisé à 30 minutes par collier

Au total, le temps passé valorisé pour réaliser un collier élaboré en graines est de 1h30.

La matière première utilisée est la suivante : coût estimé à 3 000 Fcfp

- Bouteille de 1L de graine : 3 000 Fcfp (équivalent à 600 Fcfp)

L'équipement utilisé pour réaliser un collier de graines est le suivant : investissement à 15 700 Fcfp

- Perceuse : 13 000 Fcfp
- Aiguilles (5) : 1 000 Fcfp
- Mèches (10) : 1 700 FCFP

Les consommables utilisés sont les suivants : coût estimé à 360 Fcfp

- Rouleau de nylon (1000m pour 6 mois) : 360 Fcfp (équivalent de 2m 1 Fcfp/ collier)

Au total, la matière première est valorisée à 600 Fcfp, l'équipement est valorisé à 4 Fcfp et les consommables à 1 Fcfp (non impacté sur le coût de revient final car pas significatif) pour un collier élaboré.

Les principaux produits sont :

Il est également possible de transformer les graines en tous types de bijoux

- Boucles d'oreilles
- Bracelets
- Colliers simples
- Colliers élaborés

Le prix de vente moyen d'un collier élaboré en graines est de 3 000 Fcfp l'unité.

Les clients finaux sont soit des touristes ou des locaux.

COLLIER ELABORE EN GRAINES

Coût de revient

Coût de revient total
~ 2 100 Fcfp

Temps passé : 1h30 1 537 Fcfp
(valorisation au SMIG horaire brut)

Consommable ~ 1 F Fcfp non pris en
compte par produit

Equipements ~ 4 Fcfp non pris en
compte par produit

Matière première
Différentes graines ~ 600 Fcfp

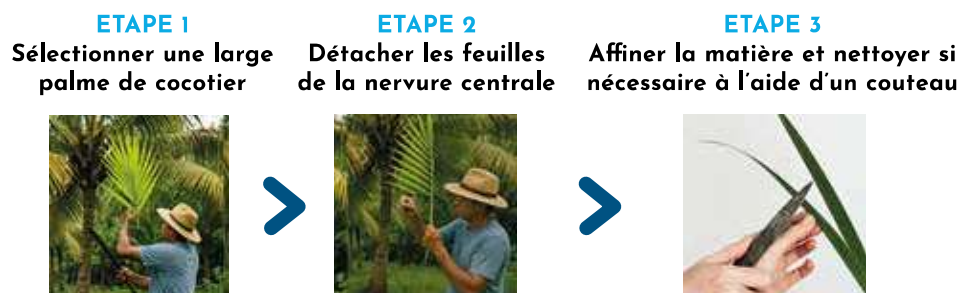
Prix de vente

3 000 Fcfp

L'artisan parvient à se rémunérer au SMIG horaire brut pour la réalisation d'un collier élaboré en graines et à générer une marge supplémentaire.

Préparateur et fabricant de matières premières (n'au vert)

- Le préparateur de niau est un artisan qui transforme les palmes de cocotier en fibres naturelles (n'au vert), qu'il nettoie selon un procédé traditionnel, pour les utiliser comme base pour le tressage.
- Le processus de préparation du N'au vert est le suivant :



Pour la préparation du n'au vert :

- Le temps passé pour l'étape 1 (sélectionner une large palme de cocotier) est valorisé à 30 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 2 (détacher des feuilles de la nervure centrale) est valorisé à 30 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 3 (affiner et nettoyer à l'aide d'un couteau) est valorisé à 30 minutes.

Au total, le temps passé valorisé pour préparer un sac de n'au vert est de 1h30.

Les équipements utilisés sont les suivants : coût estimé à 1 500 Fcfp

- Couteaux : 1 000 Fcfp
- Pincettes à linge : 500 Fcfp

Au total, les équipements sont valorisés à 4 Fcfp (non impacté sur le coût de revient final car pas significatif).

Il n'y a pas de consommables pour la préparation d'un sac de n'au vert.

Le principal produit identifié à ce stade est :

- Sac de n'au vert

Le prix de vente d'un sac de n'au vert est de 1 500 Fcfp sac.

Les clients finaux sont soit l'artisan lui-même qui poursuit la transformation pour la vannerie (paniers, corbeilles, chapeau, éventails) , soit d'autres artisans qui achètent la matière première pour la transformer pour divers produits de l'artisanat couronne).



SAC DE N'AU VERT

Coût de revient

Prix de vente

**Coût de revient total
~ 1 537 Fcfp**

Temps passé : 1h30 **2 049 Fcfp**
(valorisation au SMIG horaire brut)

Aucun consommable

Equipement
~ 4 Fcfp non pris en compte par produit

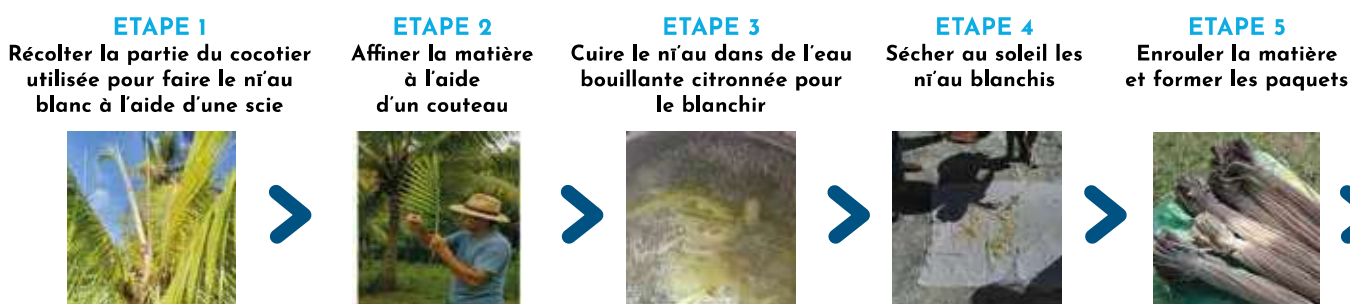
Matière première
Palme de cocotier : non valorisée
par produit

1 500 Fcfp

L'artisan parvient à se rémunérer au SMIG horaire brut pour la réalisation d'un collier élaboré en graines et à générer une marge supplémentaire.

Préparateur et fabricant de matières premières (nī'au blanc)

- Le préparateur de nī'au est un artisan qui transforme les palmes de cocotier en fibres naturelles (nī'au blanc), qu'il nettoie, blanchit et sèche selon un procédé traditionnel, pour les utiliser comme base dans la fabrication de bijoux ou d'objets de vannerie. Cette activité est essentiellement réalisée aux îles Tuamotu.
- Le processus de préparation du **nī'au blanc** est le suivant :



Pour la préparation du nī'au blanc :

- Le temps passé pour l'étape 1 (récolter la partie du cocotier utilisée pour faire le nī'au blanc à l'aide d'une scie) est valorisé à 30 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 2 (affiner la matière à l'aide d'un couteau) est valorisé à 30 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 3 (cuire le nī'au dans de l'eau bouillante citronnée pour le blanchir) est estimé à 1h30
- Le temps passé pour l'étape 4 (sécher au soleil les nī'au blanchis) n'est pas valorisé (8h).
- Le temps passé pour l'étape 5 (enrouler la matière et former les paquets) est valorisé à 30 minutes.

Au total, le temps passé valorisé pour préparer une botte de nī'au blanc est de 3h00.

Les équipements utilisés sont les suivants : investissement estimé à 13 000 Fcfp

- Casseroles : 10 000 Fcfp • Couteau : 1 000 Fcfp
- Scie : 2 000 Fcfp

Les consommables utilisés sont les suivants : coût estimé à 7 200 Fcfp

- Citrons : 1 000 Fcfp /12 citrons (équivalent de 250 Fcfp)
- Bouteille de Gaz : 6 200 Fcfp/ bouteille de 13kg

Au total, les équipements sont valorisés à 6 Fcfp (non impacté sur le coût de revient final car pas significatif) et les consommables sont valorisés à 250 Fcfp.

Le principal produit identifié à ce stade est :

- Botte de nī'au blanc (100 tiges)
- Le prix de vente d'une botte de nī'au blanc est de 3 000 Fcfp.

Les clients finaux sont soit l'artisan lui-même qui poursuit la transformation pour la vannerie (paniers, chapeau),

soit d'autres artisans qui achètent la matière première pour la transformer pour divers produits de l'artisanat (fleurs, colliers).

BOTTE DE NĪ'AU BLANC

Coût de revient

Prix de vente

Coût de revient total
~ 3 300 Fcfp

Temps passé : 3h 3 074 Fcfp
(valorisation au SMIG horaire brut)

Consommables ~ 250 Fcfp

Equipements
~ 6 Fcfp non pris en compte par produit

Matière première
Palme de cocotier : non valorisée par produit

> 3 000 Fcfp

L'artisan ne parvient pas à se rémunérer au SMIG horaire brut pour la préparation d'une botte de nī'au blanc.

Un artisan qui travaille à temps plein (250j par an) produit 660 bottes de nī'au blanc. Il est rémunéré 1,8 millions Fcfp (déduction faite du coût des consommables, et hors prise en compte de l'équipement et des charges fiscales et sociales)

Préparateur et fabricant de matières premières (fibres de coco/nape)

- Le préparateur de fibre coco est un artisan qui transforme la noix de coco brute en fibres naturelles prête à l'emploi, en suivant un processus artisanal et rigoureux. Pour en faire des bijoux ils les tressent et les assemblent.
- Le processus de préparation de la fibre de coco /Nape est le suivant :



Pour la préparation d'un paquet de fibres de coco :

- Le temps passé pour l'étape 1 (sélectionner et récolter la noix de coco) est valorisé à 1h.
- Le temps passé pour l'étape 2 (décortiquer la noix de coco qui est ensuite battue pour détacher les fibres) est valorisé à 2h.
- Le temps passé pour l'étape 3 (détacher et trier les fibres) est valorisé à 3h.
- Le temps passé pour l'étape 4 (tremper et nettoyer les fibres dans l'eau de mer) est valorisé à 2h.
- Le temps passé pour l'étape 5 (sécher les fibres à l'air libre et enrouler la matière et former les paquets) n'est pas valorisé (8h).

Au total, le temps passé valorisé pour préparer un paquet de fibres de coco est de 8h.

Il faut trois cocos pour constituer un stock de fibre suffisant pour six mois.

Il n'y a pas d'équipements ni de consommables pour la préparation d'un paquet de fibre de coco.

Le principal produit identifié à ce stade est :

- Paquet de fibre de coco

Le prix de vente d'un paquet de fibre de coco est de 10 000 Fcfp (rare de le trouver à la vente).

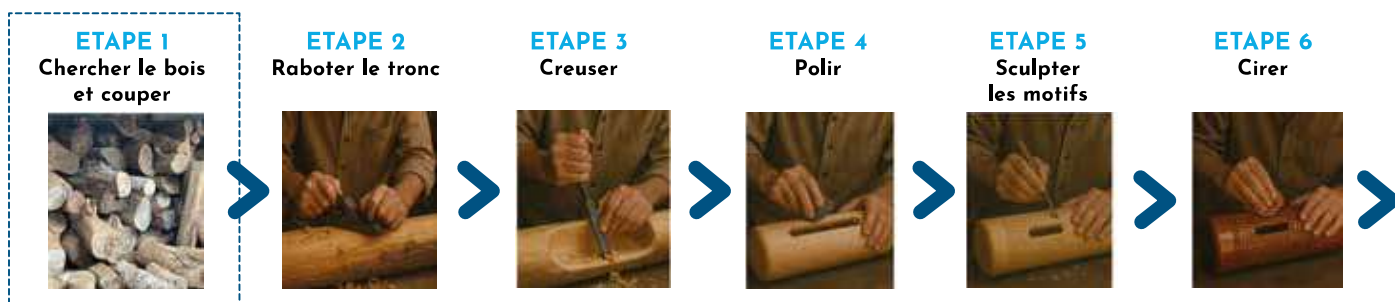
Les clients finaux sont soit l'artisan lui-même qui poursuit la transformation pour la vannerie (paniers, chapeau), soit d'autres artisans qui achètent la matière première pour la transformer pour divers produits de l'artisanat.

Peu d'artisans préparent ou utilisent cette matière première dans la confection de bijoux car le processus est très laborieux.

PAQUET DE FIBRES DE COCO /NAPE	
Coût de revient	Prix de vente
Coût de revient total ~ 8 200 Fcfp	
Temps passé : 8h 8 198 Fcfp (valorisation au SMIG horaire brut)	
Aucun consommable	
Aucun équipement	
Matière première Coco: non valorisé par produit	
	10 000 Fcfp
L'artisan parvient à se rémunérer au SMIG horaire brut pour la préparation d'un paquet de fibres de coco.	

Fabriqueur et restaurateur de percussions, d'instruments à cordes ou à vent

- Le facteur et restaurateur de percussions fabrique les instruments et règle leur sonorité.
- Le processus de préparation du **TÔ'ERE** est le suivant :



temps non pris en compte avec achat de la matière première

Pour la préparation d'un tō'ere :

- Le temps passé pour l'étape 1 (chercher le bois et couper) est valorisé à 2h (temps non pris en compte avec achat de la matière première).
- Le temps passé pour l'étape 2 (Raboter le tronc) est estimé à 2h.
- Le temps passé pour l'étape 3 (Creuser) est valorisé à 2h.
- Le temps passé pour l'étape 4 (Polir) est valorisé à 30 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 5 (Sculpter les motifs) est valorisé à 7h.
- Le temps passé pour l'étape 6 (Cirer) est valorisé à 30 minutes.

Au total, le temps passé valorisé pour préparer un toere est de 14h.

Les matières premières utilisées sont : coût estimé à 150 000 Fcfp

- BOIS** : miro, tau, purau, hibiscus sauvage, tamanu, kaoli : 50 000 à 100 000 Fcfp un lot de 5 à 10 troncs différents (équivalent 5 000 Fcfp)
- Les équipements utilisés sont les suivants : investissement à 580 000 Fcfp
- Petite tronçonneuse : 100 000 Fcfp
- Policeuse : 15 000 Fcfp
- Raboteuse électrique : 132 000 Fcfp
- Gouge : 12 000 Fcfp
- Scie à ruban : 120 000 Fcfp
- Meuleuse : 34 000 Fcfp
- Défonceuse : 45 000 Fcfp
- Scie sur table : 100 000 Fcfp
- Perceuse à croix : 20 000 Fcfp

Les consommables utilisés sont les suivants : 2 500 Fcfp

- Cire d'abeille : 2 500 Fcfp

Au total, les matières premières sont valorisées à 5 000 Fcfp, les équipements sont valorisés à environ 1 400 Fcfp (pour 140 tō'ere) et 1 100 Fcfp (pour 170 tō'ere) enfin les consommables sont valorisés à 70 Fcfp (non impacté sur le coût de revient final car pas significatif)

Les principaux produits identifiés à ce stade sont :

- Tō'ere
- Tari parau
- Fa'atete
- Pahu tūpa'i



Le prix de vente moyen d'un toere est de 20 000 Fcfp.

Les clients finaux sont essentiellement des locaux (groupes de danses, orchestres).

TÔ'ERE	
Coût de revient	Prix de vente
Coût de revient total ~ 15 700 Fcfp	
Temps passé : 14h 14 346 Fcfp (valorisation au SMIG horaire brut)	
Consommables ~ 70 Fcfp non pris en compte	
* Equipements ~ 1 400 Fcfp	
Matière première BOIS (miro, tau, purau, hibiscus sauvage, tamanu, kaoli) non valorisée	
* L'équipement est amorti sur 3 ans à 1 400 Fcfp par produit	

20 000 Fcfp
Pouvant aller jusqu'à 25 000 Fcfp

L'artisan parvient à se rémunérer au SMIG horaire brut pour la fabrication d'un tō'ere.

TÔ'ERE	
Coût de revient	Prix de vente
Coût de revient total ~ 18 400 Fcfp (avec achat de la matière première)	
Temps passé : 12h 12 297 Fcfp (valorisation au SMIG horaire brut)	
Consommables ~ 70 Fcfp non pris en compte	
* Equipements ~ 1 100 Fcfp	
Matière première BOIS (miro, tau, purau, hibiscus sauvage, tamanu, kaoli) ~ 5 000 Fcfp pris en compte	
* L'équipement est amorti sur 3 ans à 1 100 Fcfp par produit	

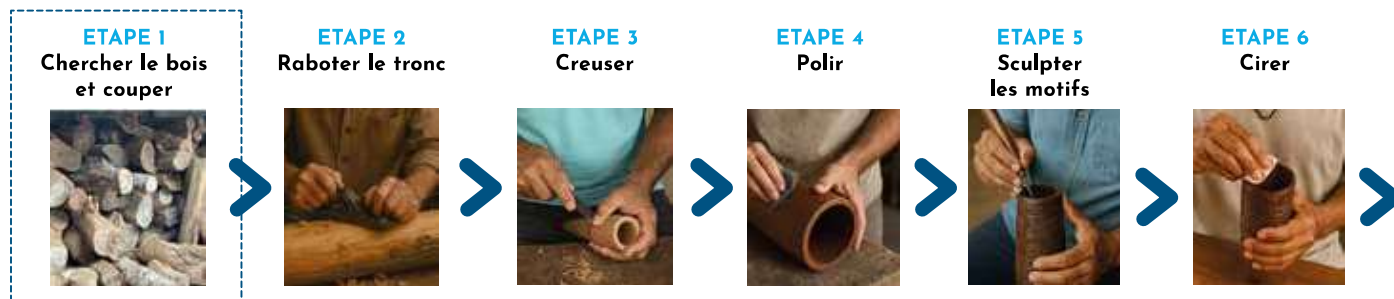
20 000 Fcfp
Pouvant aller jusqu'à 25 000 Fcfp

L'artisan parvient à se rémunérer au SMIG horaire brut pour la fabrication d'un tō'ere.



Fabriquant et restaurateur de percussions, d'instruments à cordes ou à vent

- Le facteur et restaurateur d'instruments à vent intervient pour réaliser des flûtes nasales et tout autre instrument à vent traditionnel.
- Le processus de préparation du PŪ est le suivant :



temps non pris en compte avec achat de la matière première

Pour la préparation d'un pŭ:

- Le temps passé pour l'étape 1 (chercher le bois et couper) est valorisé à 2h (temps non pris en compte avec achat de la matière première).
- Le temps passé pour l'étape 2 (Raboter le tronc) est estimé à 3h.
- Le temps passé pour l'étape 3 (Creuser) est valorisé à 3h.
- Le temps passé pour l'étape 4 (Polir) est valorisé à 30 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 5 (Sculpter les motifs) est valorisé à 13h.
- Le temps passé pour l'étape 6 (Cirer) est valorisé à 30 minutes.

Au total, le temps passé valorisé pour préparer un pŭ est de 22h.

Les matières premières utilisées sont : coût estimé à 150 000 Fcfp

- BOIS : miro, tou, pŭrau, hibiscus sauvage, tamanu, kaoli : 50 000 à 100 000 Fcfp un lot de 5 à 10 troncs différents (équivalent 5 000 Fcfp)

Les équipements utilisés sont les suivants : investissement d'environ 580 000 Fcfp

- Petite tronçonneuse : 100 000 Fcfp
- Policeuse : 15 000 Fcfp
- Raboteuse électrique : 132 000 Fcfp
- Gouge : 12 000 Fcfp
- Scie à ruban : 120 000 Fcfp
- Meuleuse : 34 000 Fcfp
- Défonceuse : 45 000 Fcfp
- Scie sur table : 100 000 Fcfp
- Perceuse à croix : 20 000 Fcfp

Les consommables utilisés sont les suivants : 250 Fcfp

- Cire d'abeille : 2500 Fcfp

Au total, les matières premières sont valorisées à 5 000 Fcfp, les équipements sont valorisés à 2 100 Fcfp (pour 90 pŭ) et 1 900 Fcfp (pour 100 pŭ) enfin les consommables sont valorisés à 110 Fcfp (non impacté sur le coût de revient final car pas significatif).

Les principaux produits identifiés à ce stade sont :

- Pŭ
- Vivo

Le prix de vente moyen d'un pŭ est de 50 000 Fcfp.

Les clients finaux sont essentiellement des locaux (groupes de danses, orchestres).

PŪ	
Coût de revient	Prix de vente
Coût de revient total ~ 24 600 Fcfp	
Temps passé : 22h 22 544 Fcfp (valorisation au SMIG horaire brut)	
Consommables ~ 110 Fcfp non pris en compte	
* Equipements ~ 2 100 Fcfp	
Matière première BOIS (miro, tau, pŭrau, hibiscus sauvage, tamanu, kaoli) non valorisée	
* L'équipement est amorti sur 3 ans à 2 100 Fcfp par produit	

**45 000 Fcfp
Pouvant aller
jusqu'à 55 000 Fcfp**

L'artisan parvient à se rémunérer au SMIG horaire brut pour la fabrication d'un pŭ.

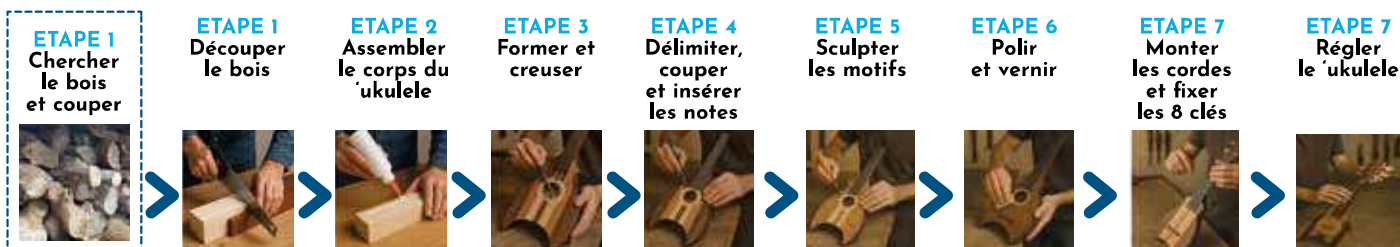
PŪ	
Coût de revient	Prix de vente
Coût de revient total ~ 27 400 Fcfp (avec achat de la matière première)	
Temps passé : 20h 20 495 Fcfp (valorisation au SMIG horaire brut)	
Consommables ~ 100 Fcfp non pris en compte	
Equipements ~ 1 900 Fcfp	
Matière première BOIS (miro, tau, pŭrau, hibiscus sauvage, tamanu, kaoli) ~ 5 000 Fcfp pris en compte	
* L'équipement est amorti sur 3 ans à 1 900 Fcfp par produit	

**45 000 Fcfp
Pouvant aller
jusqu'à 55 000 Fcfp**

L'artisan parvient à se rémunérer au SMIG horaire brut pour la fabrication d'un pŭ.

Fabriquant et restaurateur de percussions, d'instruments à cordes ou à vent

- Le facteur et restaurateur d'instruments à cordes intervient sur des « 'ukulele » et tout autre instrument à corde.
- Le processus de préparation du 'UKULELE est le suivant :



temps non pris en compte avec achat de la matière première

Pour la préparation d'un 'ukulele:

- Le temps passé pour l'étape 1 (chercher le bois et couper) est valorisé à 2h (temps non pris en compte avec achat de la matière première).
- Le temps passé pour l'étape 2 (Découper le bois) est estimé à 1h.
- Le temps passé pour l'étape 3 (Assembler le corps du 'ukulele) est valorisé à 30 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 4 (Former et creuser) est valorisé à 1h.
- Le temps passé pour l'étape 5 (Délimiter, couper et insérer les notes) est valorisé à 1h30.
- Le temps passé pour l'étape 6 (Sculpter les motifs) est valorisé à 6h.
- Le temps passé pour l'étape 7 (Polir et venir) est valorisé à 30 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 8 (Monter les cordes et fixer les 8 clés) est valorisé à 1h.
- Le temps passé pour l'étape 9 (Régler le 'ukulele) est valorisé à 30 minutes.

Au total, le temps passé valorisé pour fabriquer un 'ukulele en bois est de 14h.

Les matières premières utilisées sont : coût estimé à 150 000 Fcfp

- BOIS : miro, tou, pūrau, hibiscus sauvage, tāmānu, kaoli : 50 000 à 100 000 Fcfp un lot de 5 à 10 troncs différents (équivalent 5 000 Fcfp)

Les équipements utilisés sont les suivants : investissement d'environ 580 000 Fcfp

- Petite tronçonneuse : 100 000 Fcfp
- Policeuse : 15 000 Fcfp
- Raboteuse électrique : 132 000 Fcfp
- Gouge : 12 000 Fcfp
- Scie à ruban : 120 000 Fcfp
- Meuleuse : 34 000 Fcfp
- Défonceuse : 45 000 Fcfp
- Scie sur table : 100 000 Fcfp
- Perceuse à croix : 20 000 Fcfp

Les consommables utilisés sont les suivants : investissement d'environ 1 490 Fcfp

- Boîte de clés (8) : 1 400 Fcfp
- Bobine de nylon (100m) : 400 Fcfp (équivalent 4 Fcfp/m)
- Notes : 86 Fcfp

Au total, les équipements sont valorisés à 1 400 Fcfp (pour 140 'ukulele) et à 1 100 Fcfp (pour 170 'ukulele) et les consommables sont valorisés à 1 490 Fcfp

Les principaux produits identifiés à ce stade sont :

- 'Ukulele (pour droitier ou gaucher)

Le prix de vente moyen d'un 'ukulele est de 25 000 Fcfp.

Les clients finaux sont essentiellement des locaux (groupes de danse, des orchestres)

'UKULELE	
Coût de revient	Prix de vente
Coût de revient total ~ 17 200 Fcfp	
Temps passé : 14h 14 348 Fcfp (valorisation au SMIG horaire brut)	
* Consommables ~ 1 490 Fcfp	
* Equipements ~ 1 400 Fcfp	
Matière première BOIS (miro, tau, pūrau, hibiscus sauvage, tāmānu, kaoli) non valorisée	
* L'équipement est amorti sur 3 ans à 1 400 Fcfp par produit * Les consommables sont estimés à 1 490 Fcfp par produit avec un remplacement à prévoir 4 fois par an	

25 000 Fcfp
Pouvant aller jusqu'à 35 000 Fcfp

L'artisan parvient à se rémunérer au SMIG horaire brut pour la fabrication d'un 'ukulele.

'UKULELE	
Coût de revient	Prix de vente
Coût de revient total ~ 19 900 Fcfp (avec achat de la matière première)	
Temps passé : 12h 12 297 Fcfp (valorisation au SMIG horaire brut)	
* Consommables ~ 1 490 Fcfp	
* Equipements ~ 1 100 Fcfp	
Matière première BOIS (miro, tau, pūrau, hibiscus sauvage, tāmānu, kaoli) ~ 5 000 Fcfp	
* L'équipement est amorti sur 3 ans à 1 100 Fcfp par produit * Les consommables sont estimés à 1 490 Fcfp par produit avec un remplacement à prévoir 4 fois par an	

25 000 Fcfp
Pouvant aller jusqu'à 35 000 Fcfp

L'artisan parvient à se rémunérer au SMIG horaire brut pour la fabrication d'un 'ukulele.



Peintre décorateur (Pāreu)

- Le peintre décorateur peint le modèle et les motifs souhaités avec un pinceau, brosse, pochoir, éponge ou par trempage
- Le processus de préparation du **Pāreu soleil adulte (110x200cm)** est le suivant :



Pour la préparation d'un pāreu soleil adulte (110x200cm) :

- Le temps passé pour l'étape 1 (Mesurer et couper le tissu) est valorisé à 5 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 2 (Plonger le tissu dans la peinture) est valorisé à 5 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 3 (Etaler le tissu sur les planches en bois et positionner les pochoirs sur le tissu coloré) est valorisé à 5 minutes
- Le temps passé pour l'étape 4 (Séchage avec les pochoirs au soleil) est estimé à 5 minutes et non pris en compte.

Au total, le temps passé valorisé pour confectionner un pāreu soleil adulte est de 15 minutes.

La matière première utilisée est la suivante : coût estimé à 2 500 Fcfp

- Coupon 18m de voile de coton (400 pareu) : 2 500 Fcfp

Les équipements utilisés sont les suivants : investissement de 10 000 Fcfp

- Planches contre plaqués : 3 000 Fcfp
- Rouleau pochoir : 7 000 Fcfp

Les consommables utilisés sont les suivants :

- Peinture concentrée 1l : 5 000 Fcfp (pour 2 pots de couleurs différentes)

Au total, les matières premières sont valorisées à 300 Fcfp, les équipements sont valorisés à 0,4 Fcfp et les consommables sont valorisés à 2 Fcfp (non impacté sur le coût de revient final car pas significatif)

Les principaux produits identifiés à ce stade sont :

- Pāreu soleil : enfant (50x110cm), ado (50x180cm) adulte (110x200cm)
- Pāreu à main levée : ado (50x180cm) adulte (110x200cm)
- Pāreu rouleau (210x225cm)
- Tuniques taille unique

Le prix de vente d'un pāreu soleil adulte (110x200cm) est de 1 500 Fcfp unité.

Les clients finaux sont principalement des locaux et des touristes.

PĀREU SOLEIL ADULTE (110X200CM)	
Coût de revient	Prix de vente
Coût de revient total ~ 560 Fcfp	
Temps passé : 15 minutes 256 Fcfp (valorisation au SMIG horaire brut)	
Consommables ~ 2 Fcfp non pris en compte	
Equipement ~ 0,4 Fcfp non pris en compte	
Matière première Tissu voile de coton : ~ 300 Fcfp	
	1 500 Fcfp Pouvant aller jusqu'à 2 000 Fcfp
L'artisan parvient à se rémunérer au SMIG horaire brut pour la confection d'un pāreu soleil adulte.	

Peintre décorateur (Pāreu)

- Le peintre décorateur peint le modèle et les motifs souhaités avec un pinceau, brosse, pochoir, éponge ou par trempage
- Le processus de préparation du **Pāreu peint adulte (110x200cm)** est le suivant :



Pour la préparation d'un pāreu peint à la main adulte (110x200cm) :

- Le temps passé pour l'étape 1 (Mesurer et couper le tissu) est valorisé à 5 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 2 (Dessiner à main levée les motifs) est valorisé à 30 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 3 (Peindre les motifs) est valorisé à 25 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 4 (Sécher) est estimé à 30 minutes et n'est pas pris en compte.

Au total, le temps passé valorisé pour confectionner un pāreu peint à la main adulte est de 1h.

La matière première utilisée est la suivante : coût estimé à 2 500 Fcfp

- Coupon 18m de voile de coton (400 pāreu) : 2 500 Fcfp

Les équipements utilisés sont les suivants : investissement de 4 115 Fcfp

- Pinceaux : 120 Fcfp/pinceau
- Pinceaux éponge : 295 Fcfp/3
- Pipette (dessin sur pāreu) : 700 Fcfp
- Planches contre plaqués : 3 000 Fcfp

Les consommables utilisés sont les suivants : investissement de 14 900 Fcfp

- Setacolor colour (peinture textile) 1l : 6 000 Fcfp
- Peinture diluée 1l : 2 900 Fcfp
- Gutta (éviter que la peinture déborde des motifs) : 6 000 Fcfp

Au total, les matières premières sont valorisées à 300 Fcfp, les équipements sont valorisés à 0,7 Fcfp (non impacté sur le coût de revient final car pas significatif) et les consommables sont valorisés à 30 Fcfp.

Les principaux produits identifiés à ce stade sont :

- Pāreu à main levée : ado (50x180cm) adulte (110x200cm)
- Pāreu rouleau (210x225cm)

Le prix de vente d'un pāreu peint à la main adulte (110x200cm) est de 3 500 Fcfp unité.

Les clients finaux sont principalement des locaux et des touristes.

PĀREU ADULTE PEINT À LA MAIN (110X200CM)

Coût de revient

Coût de revient total
~ 1 320 Fcfp

Temps passé : 1h 1 024 Fcfp
(valorisation au SMIG horaire brut)

Consommables
~ 30 Fcfp non pris en compte

Equipement
~ 0,7 Fcfp non pris en compte

Matière première
Tissu voile de coton : ~ 300 Fcfp

Prix de vente

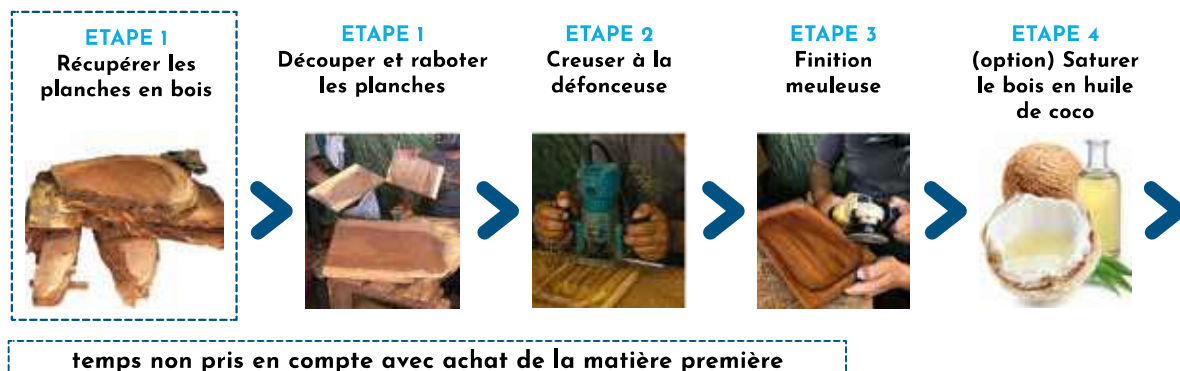
3 500 Fcfp
Pouvant aller jusqu'à 8 000 Fcfp

L'artisan parvient à se rémunérer au SMIG horaire brut pour la confection d'un pāreu peint à la main.



Décorateur

- Le décorateur façonne et/ou décore des objets décoratifs ou utilitaires en utilisant les matières premières traditionnelles.
- Le processus de préparation d'un **PLATEAU À SASHIMI** est le suivant :



Pour la préparation d'un plateau à sashimi :

- Le temps passé pour l'étape 1 (découpe et raboter) est estimé à 40 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 2 (creuser à la défonceuse) est estimé à 40 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 3 (finition meuleuse) est estimé à 40 minutes.

Au total, le temps passé valorisé pour confectionner un plateau à sashimi est de 2h.

La matière première utilisée est la suivante : coût estimé à 6 000 Fcfp

- Planche de bois brute : 6 000 Fcfp pour 5 plateaux

Les équipements utilisés sont les suivants : investissement à 387 000 Fcfp

- Meuleuse : 32 000 Fcfp
- Tronçonneuse : 80 000 Fcfp
- Scie à ruban : 130 000 Fcfp
- Raboteuse : 100 000 Fcfp
- Défonceuse : 45 000 Fcfp

Au total, les matières premières sont valorisées à 1 200 Fcfp et les équipements sont valorisés à 130 Fcfp (non impacté sur le coût de revient final car pas significatif).

Il n'y a pas de consommables pour la fabrication d'un plateau à sashimi.

Les principaux produits identifiés à ce stade sont :

- Plateau à sashimi
- Couverts (fourchettes, couteau, cuillère, baguettes, grands couverts à salade)
- Bol en coco (11,5cm à plus de 13,5cm)
- Bol en coco à bec verseur
- Sous verre

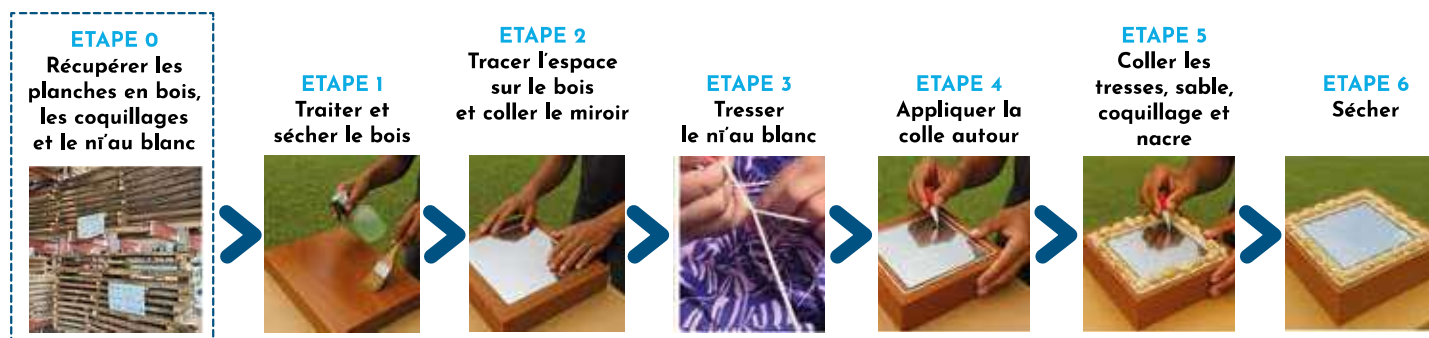
Le prix de vente moyen d'un plateau est de 4 900 Fcfp unité.

Les clients finaux sont principalement des locaux et des touristes.

PLATEAU À SASHIMI	
Coût de revient	Prix de vente
Coût de revient total ~ 3 400 Fcfp	
Temps passé : 2h 2 049 FCFP (valorisation au SMIG horaire brut)	
Aucun consommable	
* Equipement 130 Fcfp	
Matière première Planche de bois : ~ 1 200 Fcfp	
	4 900 Fcfp Pouvant aller jusqu'à 6 900 Fcfp
L'artisan parvient à se rémunérer au SMIG horaire brut pour la confection d'un plateau à sashimi.	

Décorateur (miroir coquillage)

- Le décorateur façonne et/ou décore des objets décoratifs ou utilitaires en utilisant les matières premières traditionnelles.
- Le processus de préparation d'un **MIROIR COQUILLAGE (70x70cm)** est le suivant :



temps non pris en compte avec achat de la matière première

Pour la préparation d'un miroir coquillage :

- Le temps passé pour l'étape 1 (traiter et sécher le bois) est estimé à 30 minutes (dont 24h de séchage qui ne sont pas prises en compte).
- Le temps passé pour l'étape 2 (tracer et coller miroir) est estimé à 20 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 3 (tresser le niau blanc pour encadrer le miroir) est estimé à 2h
- Le temps passé pour l'étape 4 (appliquer la colle autour du miroir pour fixer les éléments) est estimé à 10 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 5 (coller/fixer la tresse, le sable, les coquillages, la nacre) est estimé à 2h.
- Le temps passé pour l'étape 6 (sécher) est estimé à 8h et n'est pas pris en compte.

Au total, le temps passé valorisé pour confectionner un miroir coquillage est de 15h.

La matière première utilisée est la suivante : coût estimé à 24 000 Fcfp

- Bouteille 1l coquillage basiques : 4 000 Fcfp (équivalent à 3 000 Fcfp)
- Bouteille 1l coquillage rares : 15 000 Fcfp (équivalent à 5 000 Fcfp)
- Nacres, perles : 2 000 Fcfp (par miroir)
- N'au blanc : 3 000 Fcfp (équivalent à 16 tiges 480 Fcfp)
- Sable fin

Les consommables utilisés sont les suivants : coût estimé à 19 700 Fcfp

- Planche 12mm : 1 000 Fcfp
- Miroir 3-4mm : 13 000 Fcfp
- Flacon traitement : 2 000 Fcfp
- Colle miroir : 3000 Fcfp
- Colle forte : 300 Fcfp/3 tubes
- Marqueur : 400 Fcfp

Au total, les matières premières sont valorisées à 10 480 Fcfp et les consommables sont valorisés à 600 Fcfp.

Il n'y a pas d'équipement pour la fabrication d'un miroir coquillage.

Les principaux produits identifiés à ce stade sont :

- Miroir coquillage (70x70cm) ; (60x80cm) ; (180x80cm)
- Miroir coquillage rond

Le prix de vente d'un miroir coquillage (70x70cm) est de 60 000 Fcfp.

Les clients finaux sont principalement des locaux et des touristes.

PÂREU ADULTE PEINT À LA MAIN (110X200CM)

Coût de revient

Prix de vente

Coût de revient total
~ 26 450 Fcfp

Temps passé : 15h **15 371 Fcfp**
(valorisation au SMIG horaire brut)

Consommables ~ 600 Fcfp

Aucun équipement

Matière première
Coquillage : 10 480 Fcfp

60 000 Fcfp
Pouvant aller jusqu'à 85 000 Fcfp

* Les consommables sont estimés à 600 Fcfp par produit avec un remplacement à prévoir 4 fois par an

L'artisan parvient à se rémunérer au SMIG horaire brut pour la confection d'un pâreu peint à la main.

Fabricant de parures florales

- Le fabricant de parures florales confectionne des couronnes ou des colliers de végétaux ou de fibres. Il utilise des techniques ancestrales de mélange de branches, feuillages, fleurs, fruits ou fibres, frais ou séchés, pour créer des formes et créer des compositions florales. Il existe plusieurs techniques de séchage et de conservation des végétaux.
- Le processus de préparation d'un **BOUQUET DE MARIÉE** est le suivant :



temps non pris en compte avec achat de la matière première

Pour la préparation d'un bouquet de mariée :

- Le temps passé pour l'étape 1 (Phase client : thème, date, fleurs) est valorisé à 5 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 2 (Sélectionner les fleurs et préparer les tiges) est valorisé à 10 minutes.
- Le temps passé pour l'étape 3 (Assembler le bouquet avec les fleurs) est valorisé à 30 minutes
- Le temps passé pour l'étape 4 (Habiller la poignée du bouquet avec du ruban, rafia) est valorisé à 5 minutes
- Le temps passé pour l'étape 5 (Ajouter des éléments décoratifs) est valorisé à 10 minutes
- Le temps passé pour l'étape 6 (Hydrater et conserver le bouquet) est estimé à 1h et n'est pas pris en compte

Au total, le temps passé valorisé pour confectionner bouquet de mariée est de 1h.

La matière première utilisée est la suivante : coût estimé à 6 000 Fcfp

- Diverses fleurs et feuillages : 6 000 Fcfp

Les équipements utilisés sont les suivants : investissement à 2 500 Fcfp

- Sécateur : 1 000 Fcfp
- Ciseaux : 1 000 Fcfp
- Sceau : 500 Fcfp

Les consommables utilisés sont les suivants : coût estimé à 1 400 Fcfp

- 1 mousse florale : 150 Fcfp
- Ruban de poignet bouquet : 250 Fcfp
- Accessoires : 1 000 Fcfp

Au total, les matières premières sont valorisées à 6 000 Fcfp, les équipements sont valorisés à 5 Fcfp (non impacté sur le coût de revient final car pas significatif) et les consommables sont valorisés à 1 400 Fcfp.

Les principaux produits identifiés à ce stade sont des compositions florales :

- Bouquet de mariée
- Boutonnière
- Couronne, serre-tête, bracelet
- Gerbe
- Arche florale
- Centre de table
- Mannequin décoratif

Le prix de vente d'un bouquet de mariée est de 15 000 Fcfp.

Les clients finaux sont principalement des locaux (particuliers et BtoB) pour des événements.

BOUQUET DE MARIÉE	
Coût de revient	Prix de vente
Coût de revient total ~ 8 400 Fcfp	
Temps passé : 1h 1 024 Fcfp (valorisation au SMIG horaire brut)	
Consommables ~ 1 400 Fcfp	
Equipement ~ 5 Fcfp non pris en compte par produit	
Matière première Divers fleurs et feuillages : ~ 6 000 Fcfp	
L'artisan parvient à se rémunérer au SMIG horaire brut pour la confection d'un bouquet de mariée.	

**15 000 Fcfp
Pouvant aller
jusqu'à
20 000 Fcfp**

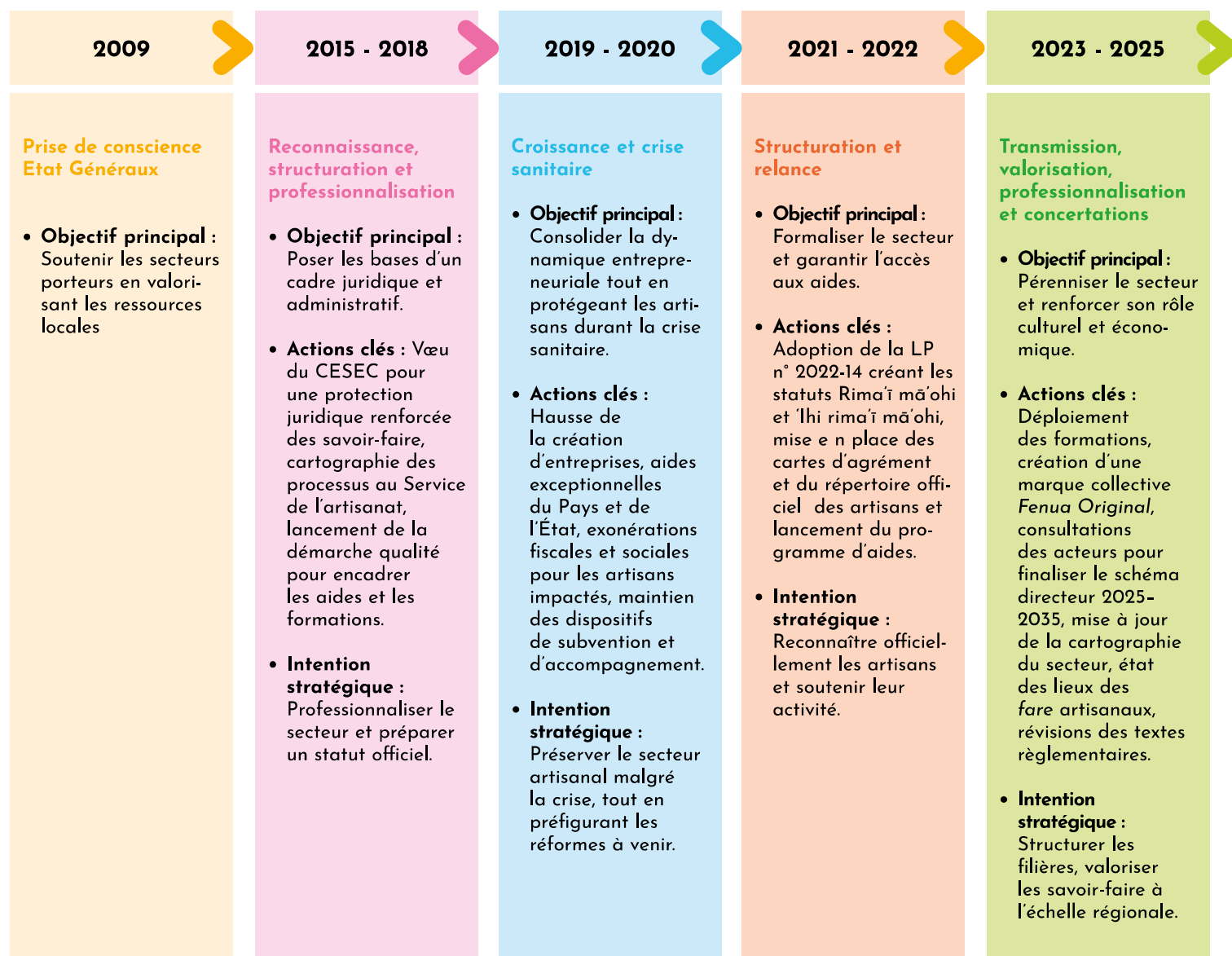
V.

Annexe 2 : analyse des politiques publiques



Synthèse générale des Politiques Publiques du secteur de l'artisanat de 2009 à 2025

Contexte, chronologie et objectifs principaux



TRANSVERSE : De l'informel au formel - De l'aide ponctuelle au dispositif structuré - Produits non protégés à la labellisation et protection

Synthèse générale des Politiques Publiques du secteur de l'artisanat de 2009 à 2025

Contexte, chronologie et objectifs principaux

Les objectifs majeurs du secteur de l'artisanat traditionnel en Polynésie française (2009 à 2025) sont restés cohérents dans leur intention, mais ont évolué dans leur formulation, leur mise en œuvre et leur niveau de structuration.

Le secteur est passé d'une réflexion à une phase de mise en œuvre et de consolidation.

Objectifs récurrents des politiques publiques depuis 2009 à aujourd'hui

- Professionnaliser le secteur à travers la création d'un statut officiel, des formations adaptées et un accompagnement renforcé.
- Préserver et valoriser les savoir-faire traditionnels : protection juridique, labels, marque collective *Fenua Original*.
- Promouvoir et soutenir économiquement les artisans : aides à la création, fret, équipements, participation aux salons.
- Structurer l'artisanat comme levier économique par la mise en place du schéma directeur.
- Favoriser l'économie locale et le tourisme durable en intégrant l'artisanat dans les stratégies touristiques et de développement territorial.
- Faciliter la transmission intergénérationnelle et la reconnaissance des métiers artisanaux.

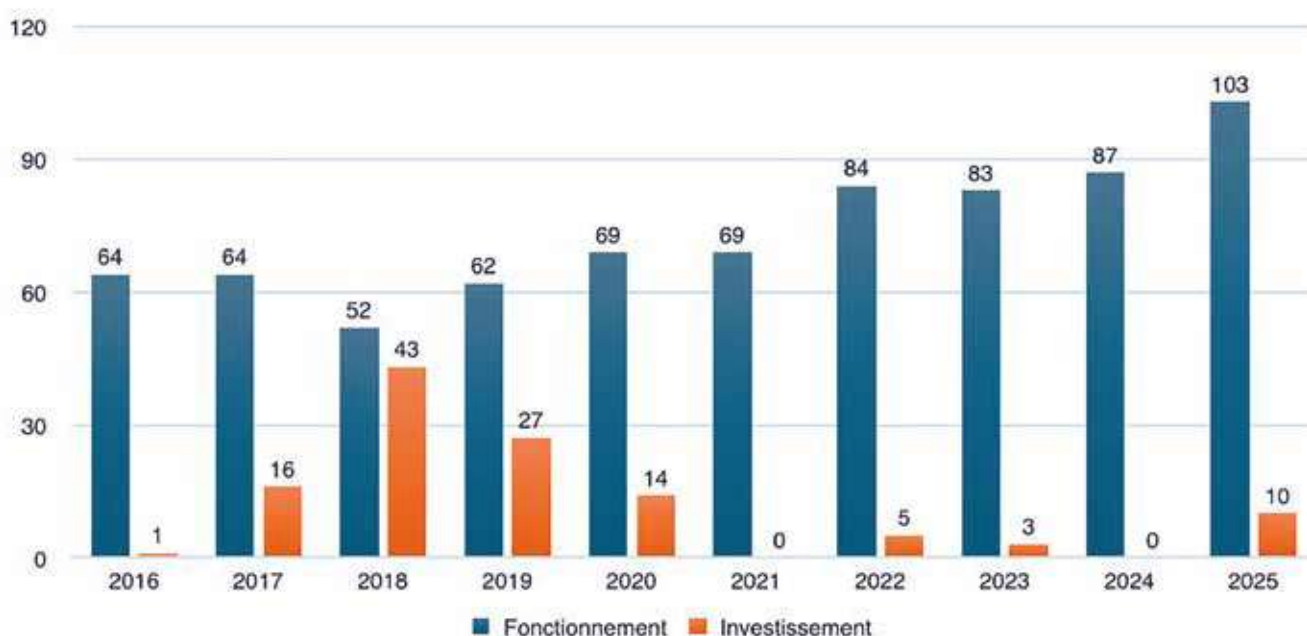
Principaux changements d'objectifs observés depuis 2009 à aujourd'hui

- **Statut et reconnaissance officielle** : absence de statut clair voir informel > à une création des statuts Rima'i mā'ohi et 'Ihi rima'i mā'ohi, avec cartes d'agrément et répertoire officiel des artisans.
- **Dispositifs d'aides structurés** : aides ponctuelles, peu lisibles, souvent réservées aux associations > à un programme d'aides en 5 volets (pré-installation, activité, expertise, associatif, ponctuel), avec critères clairs et budget dédié, et ouvert aux patentés.
- **Valorisation des savoir-faire** : absence de label officiel > à la création d'une marque collective *Fenua Original* garantissant l'authenticité des créations polynésiennes.
- **Concertations** : peu de consultations terrain > à des consultations sur l'ensemble des archipels, co-construction du schéma directeur 2025-2030 avec les artisans (25% du secteur consulté).

Synthèse générale des Politiques Publiques du secteur de l'artisanat de 2009 à 2025

Projets Annuels de Performances (PAP) de 2016 à 2025 - Budget

Evolution du budget annuel en fonctionnement
et investissement de 2016 à 2025 (en MF)



Interprétation

- **Le budget de fonctionnement** progresse de manière continue : Cette progression s'explique par une augmentation des aides accordées aux artisans, le financement de nouvelles actions, des projets de structuration du secteur (labels, promotions, etc.), mais sans pics brusques, ce qui suggère une stratégie d'accompagnement à long terme.
- **Le budget d'investissement** connaît des variations plus marquées de manière ponctuelles et irrégulières : avec des projets de construction ou de réhabilitation des *fare* artisanaux, des priorités des pouvoirs publics pour anticiper et ajuster les besoins du secteur.

Fonctionnement : organisation interne du service, actions récurrentes, salons, aides octroyées, prestataires, promotions, labels
Investissement : études, travaux et réaménagement

Annexe détaillée - Projet Annuel de Performances - Interprétation des résultats du budget

Interprétation investissement

- 2016 : Subvention association pour reconstruire fare artisanal (756 038 F CFP)
- 2017 : La reconstruction du centre artisanal de Mahina nécessite une inscription complémentaire de crédits de paiement (12,8 M F CFP)
- 2018 : Construction des centres artisanaux de Mahina et Rangiroa pour (9,9 M F CFP), et réhabilitation de ceux de Tubuai, Rimatara, Taiohae et Huahine (4,4 M F CFP)
- 2019 : On suppose qu'il y a eu un investissement concernant l'étude de faisabilité pour la création d'infrastructures artisanales dans les 5 archipels de la Polynésie française, l'étude de faisabilité pour l'aménagement d'un village des artisans ainsi que pour l'élaboration d'un diagnostic de l'artisanat traditionnel.
- 2020 : Aucune donnée
- 2021 : 0 F CFP
- 2022 : Etude des fare artisanaux du Pays (5 M F CFP)
- 2023 : Soutien aux associations et aux patentés (3 M F CFP)
- 2024 : Projet de rénovation du fare de Taiohae (50 M F CFP) Étude pour la création d'un village d'artisans 7 M F CFP
- 2025 : Sécurisation de la matière première : projet pilote de séchoir de pae'ore (25 M F CFP)

Interprétation fonctionnement

- 2016 : Soutien Pays, subvention (30,3 M FCFP) et communication (5,7 M F CFP)
- 2017 : Soutien Pays, subvention (30,3 M FCFP) et communication (5,7 M F CFP)
- 2018 : Soutien Pays, subvention (30,3 M FCFP) et communication (5,7 M F CFP) ; Formations (1,5 M FCFP) ; Mission d'études mise en œuvre de labels des produits artisanaux (1 M FCFP) ; Communication statut de l'artisan (2 M FCFP)
- 2019 : Soutien Pays, subvention (30,3 M FCFP) ; Promotion (3,2 M FCFP) ; Opération 'ÉTÉ (5 M FCFP) ; Salons (5 M FCFP) ; Mission d'études mise en œuvre de labels des produits artisanaux (1 M FCFP) ; Communication statut de l'artisan (2 M FCFP)
- 2020 : Création du statut de l'artisan (1 M F CFP), dispositif d'aide financière (1 M F CFP), subvention (35 M F CFP), promotion (5,1 M F CFP), opération 'ÉTÉ (5 M F CFP), formations des artisans (5,9 M F CFP), définition et mise en œuvre du schéma directeur (1,2 M F CFP)
- 2021 : Aucune donnée
- 2022 (création des lois du pays statut et aides) : Formations des artisans (13,8 M F CFP), événements et concepts portés par le service (17,48 M F CFP), soutien aux artisans et associations (53 M F CFP).
- 2023 : Formations des artisans (5,8 M F CFP), événements et concepts portés par le service (22,2 M F CFP), promotion des artisans et de leurs produits (communication, portraits, plateforme bilingue...) (10 M F CFP), soutien aux artisans et associations (45 M F CFP).
- 2024 : Formations des artisans (3,3 M F CFP), soutien aux artisans et associations (53 M F CFP), valorisation du secteur pour accentuer sa protection (14,9 M F CFP), organisation de salons thématiques innovants (15,3 M F CFP).
- 2025 : Formations des artisans (7 M F CFP), soutien aux artisans et associations (69 M F CFP), valorisation du secteur pour accentuer sa protection (14 M F CFP), organisation de salons thématiques innovants (14,95 M F CFP).



SERVICE DE
L'ARTISANAT
TRADITIONNEL
TE PŪ 'OHIPIA RIMA'Ī

Diagnostic des *fare* artisanaux de Polynésie française

Document de synthèse - Février 2026



Bien qu'on les considère principalement comme des lieux de vente, ces espaces représentent bien davantage et sont également, entre autres, des lieux de valorisation des savoir-faire, de rencontre, et parfois de vie sociale. Si leur rôle est largement reconnu, leur fonctionnement et leur impact varient fortement selon les territoires sur l'ensemble de la Polynésie française.

Cette synthèse partage les principaux enseignements du diagnostic d'envergure réalisé en 2025, qui a été mené à partir d'observations de terrain ; d'échanges avec des artisans, services publics, gestionnaires et divers acteurs locaux ; de retours de visiteurs locaux et internationaux et d'analyses qualitatives et quantitatives.

La Polynésie française compte plus de 40 *fare* d'artisanat répartis dans tous les archipels de Polynésie, qui constituent le point de départ d'un réseau significatif de l'artisanat traditionnel.

Répartition des *fare* d'artisanat par archipel inclus dans l'étude



NB : l'étude n'a pas permis de visiter l'ensemble des *fare* de Polynésie, qui sont au total une soixantaine en Polynésie.



Une enquête de terrain à large échelle

- **41 espaces artisanaux** ont été visités, répartis sur 5 archipels, 15 îles et 24 communes
- **866 personnes rencontrées** : artisans, acteurs du tourisme, acteurs publics, habitants et visiteurs

Une diversité de regards permettant de croiser les usages, les attentes et les réalités de terrain pour fonder les constats et orientations sur une base solide et partagée.

Les réalités observées montrent une grande diversité de situations : certains *fare* sont très fréquentés, d'autres plus fragiles ; certains fonctionnent grâce à une dynamique collective solide, d'autres peinent à maintenir une présence régulière et à être visibles.

Cadre et précautions de lecture

Ce diagnostic s'appuie sur une démarche de terrain, centrée sur les usages réels et les conditions concrètes de fonctionnement des *fare*.

Précautions importantes :

- Les constats présentés reflètent les sites et les situations observés : le diagnostic ne prétend pas couvrir l'ensemble des *fare* de manière exhaustive.
- Les contextes locaux sont très contrastés : les résultats doivent être lus comme des repères pour comprendre et agir, pas comme un classement des lieux.
- Cette synthèse vise à rendre visibles des réalités et à éclairer des leviers d'action utiles, dans une démarche constructive.





SOMMAIRE

- 1 - Le *fare* comme lieu : bâti, aménagement et localisation
- 2 - Vie et fonctionnement interne
- 3 - Produits, vente et réalités économiques
- 4 - Expérience de visite et impacts
- 5 - Conclusion et perspectives

1.

Le *fare* comme lieu : bâti, aménagement et localisation



1.1 Un lieu sécurisé : un soutien concret au quotidien des artisans

Le bâti des *fare* ne joue pas seulement un rôle de décor : il **soutient très concrètement la mise en valeur de l'artisanat, l'organisation entre artisans, la vente et la continuité d'exposition**. Il permet de sécuriser les produits comme les artisans.

Ainsi, des locaux fermés et en bon état permettent de laisser les produits sur place, ce qui réduit les contraintes quotidiennes (transport, manutention, installation). Ce point ressort particulièrement dans les sites où les alternatives (stands temporaires, chapiteaux, expositions ponctuelles) sont fragiles ou plus contraignantes

L'état du bâti de certains *fare* (vieillesse, dégradations, équipements insuffisants) limite les conditions d'accueil, complique la sécurisation des produits et pèse sur la présence des artisans. Ces situations fragilisent le rôle du *fare*, indépendamment de l'engagement des artisans ou de la qualité des productions.



1.2 Localisation et visibilité : un avantage décisif selon les sites et des effets directs sur la fréquentation

Selon l'emplacement, un *fare* peut bénéficier d'une fréquentation naturelle ou au contraire dépendre des efforts et de la motivation des visiteurs potentiels pour être trouvé.

Certains *fare* situés sur des lieux de passage (quai, aéroport, centre de village, site touristique) bénéficient d'une visibilité immédiate et d'un accès plus simple pour les visiteurs. Dans ces contextes, la visite peut s'inscrire dans un parcours évident : on s'arrête parce que le lieu est là, sur le chemin, même pour les touristes qui semblaient peu intéressés. Certains temps forts (croisières, affluences ponctuelles) renforcent cet effet de flux, avec des variations importantes selon les jours et les périodes.

Cependant indépendamment de cette localisation, dans plusieurs sites, la difficulté exprimée par les visiteurs n'est pas seulement la localisation, mais la compréhension et l'identification du lieu : « est-ce que je le vois / est-ce que je comprends que c'est un centre artisanal ? ».

- Plusieurs *fare* sont décrits comme en retrait, peu repérables, ou nécessitant d'être "cherchés".
- Cette difficulté est renforcée quand l'entrée n'est pas identifiable, la signalétique insuffisante, ou quand le lieu ressemble à autre chose qu'un espace artisanal.

On notera que ce manque d'identification peut impacter aussi les habitants, et pas uniquement les visiteurs extérieurs.



1.3 Confort et accueil : des leviers pour prolonger la visite

Il ressort des enquêtes que le confort d'usage influence le temps de visite et la possibilité de faire du *fare* un lieu d'échange, et non seulement un lieu de passage.

Lorsque le lieu est agréable (ventilation, lumière, volumes), l'expérience de visite est plus qualitative. À l'inverse, l'absence d'assises, d'ombre ou d'espaces de repos peut limiter le temps de visite, en particulier pour certains publics. Ces éléments relèvent autant de l'aménagement léger que du bâti : certains ajustements simples peuvent améliorer nettement l'accueil.

Certains éléments observés sur le terrain contribuent ainsi directement à rendre les *fare* plus accueillants et plus identifiables :

- Les architectures traditionnelles ou inspirées des formes locales, qui renforcent l'identité du lieu et la perception de centre artisanal.
- Les espaces extérieurs (cour, *fare pote'e*...) qui permettent de respirer, d'accueillir et parfois d'exposer, de produire ou d'envisager des animations visibles.
- Les volumes, ventilation et lumière qui facilitent la circulation et la visite.

POUR CONCLURE

Des améliorations légères et efficaces et des effets concrets

Ce premier état des lieux met en lumière **des ajustements simples qui peuvent être engagés de manière progressive, avec un effet direct sur la fréquentation et la qualité de visite.**

MIEUX REPÉRER LE FARE

- Renforcer le repérage depuis les axes de circulation, quais, aéroports, centres de village
- Rendre l'entrée identifiable (repère visuel, ouverture, informations visibles)

FACILITER L'ACCUEIL PAR DES AMÉNAGEMENTS LÉGERS

- Prévoir un minimum d'assises et d'ombre (dans ou à proximité immédiate)
- Faciliter la circulation intérieure et la mise en valeur avec un parcours plus lisible

CLARIFIER LA FONCTION DU LIEU

- Clarifier la désignation fonctionnelle des lieux (centre artisanal / marché / boutique / espace d'exposition) pour limiter les confusions
- Utiliser une traduction anglaise cohérente pour l'accueil et le référencement sur le net.

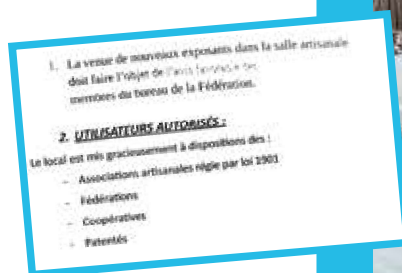
Ces éléments relèvent d'une « communication de premier niveau » : ils conditionnent la capacité des visiteurs à identifier le *fare*, à comprendre sa fonction et à décider d'y entrer.

Ces premiers axes permettront ainsi aux visiteurs de trouver le *fare* plus facilement, de comprendre s'il est ouvert et rester plus longtemps. La commune et le territoire en bénéficieront également et pourront faciliter l'intégration du *fare* dans les parcours (flux, attracteurs) et consolider un équipement qui contribue à l'attractivité et à la valorisation culturelle dans la commune.

2.

Vie et fonctionnement interne

Le fonctionnement et le rôle des *fare* ont également une place déterminante dans son attractivité et son potentiel.



2.1 Le fare, entre activité économique et lien social

Les fare rassemblent des profils et des motivations variés. Cette diversité fait partie de leur richesse, mais elle rend aussi l'équilibre collectif parfois fragile. **Dans un même lieu, plusieurs logiques coexistent : économique, sociale, culturelle, identitaire.**

Ainsi, pour certains artisans, le fare est un espace essentiel pour vendre ; pour d'autres, c'est une vitrine parmi d'autres circuits (commandes, salons, ventes ponctuelles). Les situations personnelles influencent également fortement la capacité à s'inscrire dans les permanences et la vie collective.

Au-delà de la vente, plusieurs fare jouent un rôle de présence, de rythme de vie, et de lien social, notamment dans certaines îles. Cette dimension apparaît comme un appui important, par exemple pour des artisans âgés (*matahiapo*).



Dans certains fare, la dynamique collective repose autant sur l'activité économique que sur le fait "d'être là", de se relayer, d'échanger et de maintenir une présence régulière.

Dans certains sites, l'absence de règles visibles entraîne des tensions à l'arrivée de nouveaux artisans, même quand le collectif fonctionne bien au quotidien.



2.2 Règles et accès : une forte hétérogénéité selon les fare

Les règles d'accès et de fonctionnement varient fortement d'une structure à l'autre. Elles sont souvent construites localement, ajustées dans le temps, et parfois peu visibles et compréhensibles pour les nouveaux entrants. Par ailleurs, certains fare sont saturés, sans rotation, ce qui limite l'arrivée de nouveaux artisans.

Dans plusieurs cas, les règles sont implicites, dépendantes des personnes en place (présidence, bureau, responsables), ce qui peut créer un sentiment d'injustice, des incompréhensions, ou une difficulté d'intégration. Certains espaces au contraire mettent en place un processus d'intégration claire apprécié par les artisans. C'est le cas au Musée des îles ou au terminal croisière, des espaces qui sont gérés directement par le Service de l'artisanat traditionnel, ou encore dans certains fare communaux.

2.3 Permanences : une contrainte structurante du quotidien

La présence au *fare* est souvent indispensable pour l'accueil, mais cette permanence peut devenir une contrainte forte sur l'équilibre du travail artisanal.

- Les permanences peuvent limiter le temps de production et accentuer la fatigue, en particulier pour les artisans âgés ou ceux ayant des charges familiales.
- Dans certains contextes, l'organisation collective permet de mieux concilier présence et production ; ailleurs, elle devient un point de tension.
- L'articulation « produire / exposer / vendre » ressort comme un enjeu central du fonctionnement interne.

2.4 Quand le collectif se fragilise : tensions, départs, découragement

Les tensions internes ne sont pas systématiques, mais elles reviennent de manière récurrente autour de sujets sensibles tels que l'attribution de places, gestion des absences, règles de vente, différences de situations entre artisans...

Ces sujets peuvent cristalliser des conflits, et mener au départ de certains artisans en cas de tensions non régulées, ce qui fragilise la dynamique collective. Si ces fragilités sont rarement visibles de l'extérieur, elles pèsent directement sur la stabilité du lieu.



Dans certains *fare*, une tension non traitée peut conduire à des départs successifs, puis à une difficulté à reconstituer une dynamique collective stable.



2.5 Associations gestionnaires : un levier décisif mais très variable

Le rôle des structures gestionnaires (associations, comités, fédérations) apparaît donc central : selon les lieux, il peut stabiliser le collectif ou au contraire rester très limité.

Les situations sont disparates. Dans certains *fare*, une gestion de proximité permet d'ajuster les règles et de soutenir l'organisation quotidienne. Quelques exemples ressortent comme inspirants, avec un rôle d'intégration, de médiation, d'(in)formation, de dynamisation et de soutien collectif.

Ailleurs, l'animation collective et la régulation restent limitées, ce qui fragilise la coordination et la cohésion du groupe.

Le diagnostic met en évidence une difficulté récurrente à attirer et intégrer de nouveaux profils, en particulier des jeunes, selon les contextes.



2.6 Renouveau : attirer de nouveaux profils et faire tenir le collectif

Ainsi dans certains *fare*, l'absence de rotation et la saturation limitent l'entrée de nouveaux artisans. Les obligations de présence et certaines rigidités peuvent être perçues comme peu compatibles avec les souhaits et le rythme des jeunes ou des nouveaux entrants.

À l'inverse, quand le collectif tient, cela repose en général sur des pratiques souvent informelles telles que l'entraide, des remplacements ponctuels, une souplesse dans l'organisation, des échanges réguliers, un partage d'informations...

Des solutions existent et diverses organisations, comme les permanences ou les rotations collectives, permettent de concilier présence au *fare* et production, en s'adaptant aux diverses situations des artisans. Quelques associations montrent un rôle déterminant d'intégration et de médiation, comme à Rimatara, Ua Huka, Ua Pou ou encore Raivavae.

Une organisation efficace au *fare* de Hakahau qui regroupe plus de 80 artisans



POUR CONCLURE

Des repères partagés pour faciliter le fonctionnement

Plusieurs leviers peuvent donc renforcer la lisibilité et stabiliser le fonctionnement interne avec des ajustements concrets, adaptés aux réalités locales :

- Rendre visibles les règles essentielles (accès, permanences, absences, vente)
- Clarifier les modalités de rotation / remplacement quand c'est nécessaire
- Prévoir un minimum de médiation interne (réfèrent, temps d'échange)

Des repères communs pour faciliter le fonctionnement des *fare*

- Clarifier et partager des repères communs sur l'essentiel (accès et fonctionnement), en laissant place à l'adaptation locale
- Renforcer le rôle d'animation, de médiation et d'accompagnement des structures gestionnaires
- Soutenir des systèmes de rotation ou de mutualisation légers, facilitant la conciliation entre présence au *fare*, production et vie personnelle

3.

Produits, vente et réalités économiques





3.1 Vendre au fare : un rôle économique important et très variable

Dans plusieurs îles, le fare est un lieu de vente indispensable : sans lui, certains artisans n'auraient pas d'espace identifiable pour vendre régulièrement. Il constitue souvent le seul point d'accès lisible pour les visiteurs.

Pour d'autres artisans, il représente un complément à d'autres formes de vente : commandes, salons, revente, vente à domicile.

L'existence de ce lieu de vente et de visibilité ne se traduit cependant pas forcément par des revenus réguliers : les ventes varient fortement selon les périodes, la visibilité du fare, la fréquentation et le type de produits.

3.2 Archipels et âges : des réalités économiques différentes

Le diagnostic montre également des écarts liés à l'archipel et à l'âge des exposants.

Aux Îles Sous-le-Vent, la place des fare comme principal circuit de vente est particulièrement marquée.

Aux Australes et aux Marquises, davantage d'artisans réalisent moins de la moitié de leurs ventes dans les fare, et recourent plus à des salons et des ventes lors des passages de bateaux.

Tous archipels confondus, les artisans de moins de 40 ans sont plus nombreux à déclarer réaliser moins de la moitié de leurs ventes via les fare, grâce aux recours plus fréquent aux réseaux sociaux et circuits alternatifs.



Quand les visites sont courtes, les achats se concentrent sur des objets légers et faciles à emporter. Les pièces plus ambitieuses restent exposées, mais se vendent surtout lors de visites plus longues ou ciblées.



3.3 Produits : des choix guidés par les publics et les contraintes

L'offre proposée dans les fare s'ajuste aux publics, aux flux et aux réalités de production. Les spécialités les plus fréquemment exposées dans les fare concernent ainsi la bijouterie, la vannerie et la sculpture/gravure sur bois, avec des variations marquées selon les archipels). Les autres activités apparaissent plutôt en complément : couture / tifaifai, décoration, objets composites, mo-no'i, matières premières...

Les artisans composent souvent une offre « à deux vitesses » :

- des objets accessibles (petits formats, achats rapides, prix d'entrée),
- quelques pièces plus travaillées (valeur forte, mais ventes moins régulières).

Les choix de production dépendent fortement du temps disponible (production vs permanences) ; de la matière première (disponibilité, coût) ; du type de visiteurs (passage rapide vs visiteurs qui prennent le temps) ; des contraintes de transport (objets fragiles / volumineux).

On notera que dans certains fare, l'offre tend à se standardiser, rarement par manque de savoir-faire, mais plutôt parce que les artisans privilégient des pièces plus faciles à produire et à vendre dans un contexte incertain.

3.4 Lisibilité : comprendre pour acheter en confiance

Les entretiens avec nos visiteurs montrent que **l'acte d'achat dépend fortement de la compréhension de l'offre**. La lisibilité des prix et des informations permet au public de comprendre et d'acheter en confiance. Cela nécessite de :

- Mieux distinguer ce qui relève de la création, de la revente, des matières et des origines
- Rendre visibles les informations essentielles pour le visiteur
- Mettre en scène et en récit les objets, sans alourdir (supports courts, clairs)
- Clarifier les prix et les repères, pour renforcer la confiance

La communication autour des produits repose sur des supports simples et directs, intégrés au lieu : information visible, récit court, présence humaine.

Le diagnostic met également en lumière des interrogations sur l'évolution et la diversification de l'offre, en lien avec les attentes des visiteurs et les réalités locales. Des pistes telles que l'intégration de produits issus de l'agro transformation ou de productions locales complémentaires sont évoquées, vers un élargissement de l'offre, mais à condition d'être clairement identifié, encadré et cohérent avec le positionnement du lieu.

3.5 Des revenus irréguliers, qui dépendent aussi de freins et de facilitateurs pour la vente

La contribution économique des *fare* est réelle, mais fragile. Les revenus sont très variables, irréguliers et difficiles à anticiper, et les jours de présence sans vente sont fréquents sur certains sites. **On constate un réel décalage entre le temps investi et les gains réalisés**

Sur certains sites, quelques journées "fortes" compensent une longue période faible : cela maintient l'activité, mais rend la projection économique difficile.

Certains éléments qui pourraient paraître secondaires font sur le terrain une différence réelle sur la capacité à vendre.

- Possibilités de paiement (notamment carte bleue au sein du *fare*)
- Visibilité du lieu, horaires clairs affichés et respectés
- Confort minimal (espace agréable pour temps de pause)
- Informations accessibles sur les productions
- Mise en valeur des produits au sein des *fare*. Sur ce dernier point, la mise en valeur ne repose pas uniquement sur l'objet lui-même, mais aussi sur la manière dont il est présenté, expliqué et intégré dans l'espace du *fare*.



Quand les visiteurs comprennent l'origine, la matière et le geste, l'achat devient plus "évident" : l'objet prend une autre valeur.

3.6 Flux de visiteurs : ce qui pèse sur les ventes

Autre sujet à considérer pour les ventes, les relations (ou l'absence de relations) avec les acteurs du tourisme - comités du tourisme, prestataires, croisières, hébergeurs -, qui influencent directement la visibilité des *fare*, le temps de visite et les opportunités d'achat.

En effet, lorsque les *fare* sont intégrés dans des parcours touristiques, des recommandations ou des temps de visite identifiés, la fréquentation est plus régulière. Les ventes

sont cependant aussi influencées par des facteurs externes sur lesquels les artisans ont peu de prise :

- L'ordre des escales : le budget est déjà consommé en fin de parcours
- Temps de passage limité : les petits achats sont privilégiés
- Contraintes logistiques : transport aérien (poids limités), emballage, fragilité, biosécurité
- Organisation des visites : un arrêt unique peut concentrer ou détourner les flux

POUR CONCLURE

Les orientations structurantes pour renforcer la vente et la lisibilité

Des actions prioritaires peuvent être menées pour mieux structurer l'offre :

- Informer sur l'offre : l'origine, les matières, la création/revente
- Développer des outils légers de médiation autour des produits (explication, récit, traçabilité)
- Soutenir des solutions de mutualisation adaptées (paiement, organisation de la vente)



4.

Expérience de visite et impacts

Ce que les visiteurs retiennent : l'humain fait la différence. Les retours montrent que l'expérience est beaucoup plus forte lorsque la rencontre est possible.

Ce qui est apprécié, c'est une relation accessible : poser une question, échanger quelques mots, être accueilli sans insistance. Par exemple, lorsque les artisans fabriquent sur place, le geste devient un point d'entrée naturel pour la conversation.

Ces interactions donnent du sens aux objets et aux achats, et rendent visibles les savoir-faire.



4.1 Une attente forte : authenticité, échange, savoir-faire

Les retours des visiteurs montrent que la visite d'un *fare* n'est pas seulement une « activité shopping ». **Beaucoup viennent chercher une expérience culturelle et humaine** : comprendre l'origine, les gestes, les matières ; rencontrer des artisans, échanger simplement ; ressentir l'identité du lieu, du territoire, de l'île.

L'expérience est nettement renforcée quand le visiteur sent qu'il peut entrer facilement en interaction, sans pression commerciale.

- Un bon accueil, même simple, change le rapport au lieu
- Les échanges courts (1 minute) suffisent parfois à lancer la visite
- La fabrication sur place rend la rencontre naturelle



Dans certains *fare*, un artisan en production devient le "point d'entrée" de la visite : il facilite l'échange, et donne envie de regarder plus longtemps. Les autres stands bénéficient ensuite de ce climat d'échange.



4.2 Comprendre et prendre le temps : un besoin fort des visiteurs

Les visiteurs veulent souvent comprendre ce qu'ils achètent ou ce qu'ils regardent :

- Origine, matière, technique, temps de fabrication
- Différence entre création, revente, import (quand cela existe)
- Histoire du geste, usage, symbolique (quand c'est pertinent)

Une information courte et claire renforce l'intérêt et facilite l'achat. Mais cette compréhension dépend aussi d'une condition très simple : pouvoir échanger et prendre le temps.

La présence d'assises, d'ombre et d'un espace de pause change la manière de visiter et prolonge la visite. Le repos est un facteur d'inclusion et favorise l'échange, notamment pour certains publics (personnes âgées, familles, visiteurs fatigués)

Les besoins d'un accès à des sanitaires propres et à de l'eau potable ou des boissons fraîches ressortent aussi fortement dans les échanges avec les acteurs du tourisme. Ils conditionnent très concrètement l'intégration des *fare* dans les parcours de visite, notamment pour les groupes et les croisiéristes.

4.3 Temps de visite : du passage rapide à la découverte

Les expériences de visite du *fare* sont très différentes selon le temps disponible et la manière dont les *fare* sont perçus.

- Visites rapides (tours, croisières) : petits achats, regard global, peu de temps d'échange
- Visites plus longues : discussions, compréhension, produits artisanaux plus valorisés

L'expérience de visite observée dans les *fare* dépend aussi de leur articulation avec les parcours touristiques existants : la durée des visites, la possibilité d'échange et la compréhension de l'offre sont fortement conditionnées par le cadre dans lequel les visiteurs arrivent (visite organisée, passage libre, excursion contrainte par le temps ou recommandation locale).

Les visiteurs retiennent souvent l'ambiance générale au travers de **3 facteurs principaux** :

- **Identité visuelle et culturelle** (architecture, ambiance, mise en valeur : un lieu qui donne envie d'entrer)
- **Cohérence du parcours** : entrée lisible, circulation, repères
- **Un lieu vivant** (présence, gestes, échanges)

4.4 Accessibilité : un facteur d'inclusion et de qualité de visite

L'accessibilité est un sujet d'expérience : elle conditionne qui peut entrer, circuler et rester dans le lieu. Escaliers, cheminements, stationnement : des obstacles peuvent limiter l'accès à certains publics. L'enjeu concerne notamment les personnes âgées, les familles, les personnes à mobilité réduite

Ces éléments influencent aussi la fluidité des visites et l'accueil des groupes.

Dans certains sites, un accès difficile réduit fortement la fréquentation de publics locaux (*matahiapo*, familles) et limite le temps passé sur place.

4.5 Impacts pour le territoire : image, animation, fierté locale

Au-delà des artisans et des visiteurs, les *fare* peuvent produire des effets territoriaux.

Ils véhiculent une image positive, sont des lieux d'animation locale (événements, visites, circulation). **Les *fare* contribuent à la transmission et à la valorisation culturelle et représentent des repères tant pour les habitants que pour les visiteurs.**

Dans plusieurs îles, les *fare* sont mobilisés comme lieux de transmission locale, en lien avec les communes, les écoles ou des dispositifs d'insertion. Ces pratiques, encore inégales, reposent le plus souvent sur des initiatives de proximité.

Quand un *fare* est identifié comme un « lieu qui compte », il devient un point de passage et parfois un support d'animation locale, à l'image du centre artisanal de Ua Pou.

4.6 Des expériences de visite différentes selon les contextes

Les retours des visiteurs nous enseignent que l'expérience de visite peut être très contrastée selon les lieux en fonction de différents éléments clefs :

- Visibilité et accès
- Présence d'artisans et dynamique collective
- Possibilité d'échange / démonstration

- Lisibilité de l'offre (prix, origine, repères)

- Confort (repos, circulation)

Deux fare proposant des produits de qualité peuvent produire une expérience très différente selon l'accueil, la lisibilité et la capacité à faire vivre le lieu.

POUR CONCLURE

Des orientations structurantes pour une expérience de visite qualitative

L'expérience de visite peut ainsi être considérablement améliorée au travers des démarches suivantes :

- Renforcer l'accueil et les possibilités d'échange (présence, démonstration, médiation légère)
- Développer des supports simples de compréhension (origine, matière, technique, création/revende)
- Améliorer l'accessibilité et les cheminements comme levier d'inclusion
- Intégrer des espaces de repos et de pause dans l'expérience de visite
- Renforcer l'identité et la lisibilité du parcours (entrée, repères, circulation)



5.

Conclusion et perspectives





Les *fare* d'artisanat traditionnel s'imposent comme des équipements de proximité, à la croisée de trois enjeux. Ils sont à la fois :

- un **outil économique** pour les artisans ;
- un **lieu de culture vivante** et de valorisation des savoir-faire ;
- un **équipement de territoire** qui participe à l'attractivité et au lien social.

Ces trois fonctions existent déjà, mais s'expriment de manière inégale selon les contextes.

> Les coopérations locales renforcent le rôle et l'impact des *fare*

Les liens avec les communes, les acteurs culturels, les acteurs du tourisme, les écoles ou structures éducatives, permettent au *fare* de dépasser sa seule fonction de lieu de vente.

Ces coopérations peuvent se traduire par une meilleure visibilité du lieu, une fréquentation plus régulière, des temps d'animation ou de démonstration, des occasions de transmission des savoir-faire, un sentiment de reconnaissance pour les artisans.

Lorsque ces liens sont absents ou fragiles, les *fare* reposent sur l'engagement individuel des artisans, ce qui rend leur fonctionnement plus vulnérable.

Les coopérations efficaces ne sont pas nécessairement formalisées : des relations de proximité, peuvent être construites dans la durée, adaptées aux réalités locales, et portées par des personnes relais impliquées.

> Ce qui change vraiment l'expérience (et la vente)

Les facteurs les plus décisifs observés sur le terrain

- **Repérer** : être visible et facile à trouver
- **Accueillir** : une présence humaine et un lieu accueillant et confortable
- **Faire rencontrer** (présence des artisans, gestes, échanges)
- **Rendre l'offre lisible et compréhensible** : origine, matière, prix, création / revente...
- **Faciliter l'achat** : paiement, logistique, temps sur site





UN OBJECTIF À ATTEINDRE :

faire des *fare* des lieux faciles à visiter
et faciles à faire vivre

Loin de chercher à rendre tous les *fare* identiques, l'enjeu est plutôt de garantir, partout, un socle d'expérience et de fonctionnement qui permette :

- aux artisans de tenir dans la durée ;
- aux visiteurs de comprendre et d'acheter en confiance ;
- aux communes d'avoir un lieu-repère et actif.

Diverses attentes sont ainsi exprimées sur le terrain :

- **De la part des artisans** : pouvoir travailler et vendre dans des conditions claires, justes et soutenables au quotidien
- **De la part des visiteurs** : être accueillis, rencontrer des artisans-créateurs, ressentir une ambiance locale authentique, comprendre ce qu'ils voient, et acheter avec confiance
- **De la part des communes / territoires** : un lieu qui fait vivre l'artisanat local, valorise le patrimoine culturel, la transmission, et renforce l'image du territoire

BILAN GENERAL

5 décisions utiles à court terme

1. Repérage / signalétique lisible avec adaptations locales
2. Informations simples pour le visiteur (objet, artisan, origine)
3. Accueil et confort minimal : repos et circulation
4. Fonctionnement interne lisible : règles + médiation légère
5. Facilitation de la vente : paiement / mutualisations adaptées

Un engagement de service public : consolider, accompagner, relier

Ce diagnostic constitue une base partagée pour renforcer l'action publique en faveur des fare artisanaux. Il appelle à :

- Consolider les lieux et les dynamiques existantes,
- Accompagner les artisans et les structures gestionnaires dans les besoins concrets du quotidien,
- Relier les acteurs (communes, tourisme, culture, insertion, formation) autour d'objectifs communs, adaptés aux réalités locales.



MERCI

aux 866 participants

Artisans - Acteurs locaux - Visiteurs



