



HAL
open science

Le commerce, la consommation, l'artisanat et l'industrie

Jean-Christophe Gay

► **To cite this version:**

Jean-Christophe Gay. Le commerce, la consommation, l'artisanat et l'industrie. J. Bonvallot, J.-Ch. Gay et E. Habert. Atlas de la Nouvelle-Calédonie, IRD et congrès de la Nouvelle-Calédonie, 2012, 978-2-7099-1740-7. halshs-03593418

HAL Id: halshs-03593418

<https://shs.hal.science/halshs-03593418>

Submitted on 2 Mar 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Le commerce, la consommation, l'artisanat et l'industrie



Les transferts de l'État et le nickel sont les deux moteurs de l'économie. Ces rentrées financières sont de telle ampleur qu'elles génèrent des déséquilibres économiques importants et nuisent même à certains secteurs, qui pâtissent d'un coût de la main-d'œuvre très élevé. Si le commerce bénéficie d'une clientèle conséquente ayant un haut pouvoir d'achat, la cherté de la vie est source

de tensions sociales, soulignant de spectaculaires inégalités économiques et mettant en évidence le manque de concurrence dans le secteur de l'import-distribution. Quant aux inégalités spatiales de l'offre, elles révèlent le poids démographique dominant du Grand Nouméa et les enjeux de la distance et de la proximité. Par ailleurs, les considérations économiques dans la société kanak sont

largement assujetties au système social et sont donc inséparables des échanges cérémoniels coutumiers, des relations statutaires ou des rapports de parenté. Aujourd'hui, une partie de la population kanak tente de concilier économie de marché, consommation de masse et identité mélanésienne.

Une armature commerciale hétérogène

Parmi les secteurs économiques marchands, le commerce vient en troisième position, derrière les services rendus à la personne (hôtellerie, restauration, immobilier, santé...) et l'industrie du nickel, mais devant le BTP (bâtiment et travaux publics). Avec un huitième de la création de richesse et un neuvième des salariés (plus de 9 000 en 2009), le secteur commercial est donc puissant, mais très inégalement réparti, compte tenu de la concentration de la population et, qui plus est, de celle de la « richesse » dans le Grand Nouméa. Se dessine une opposition très nette entre l'agglomération capitale et la Brousse*, d'autant que l'espace tribal correspond à une économie peu monétarisée avec une autoconsommation significative, qui dessine une seconde opposition entre sphères marchande et non marchande.

Les deux seuls hypermarchés sont à Nouméa (Sainte-Marie) et Dumbéa. Ainsi, le tiers de la population néo-calédonienne est à plus d'une demi-heure de ce type d'équipement, contre



Le lycée du Grand Nouméa et le centre commercial Kenu-In

Le secteur automobile

Avec 15 % des salariés du commerce travaillant dans le secteur automobile, la vente, l'entretien et la réparation des véhicules ont un poids économique non négligeable. Ce marché très dynamique, car porté par une demande en progression constante, eu égard à la prospérité économique du territoire, à sa taille et à la croissance démographique, est entre les mains de quatre groupes seulement (Jeandot, CFAO, Pentecost et Dang), qui dominent l'importation de véhicules neufs. Toutefois, depuis 2009, le groupe martiniquais Hayot est présent. Si, en provinces Nord et de des îles Loyauté, la part des ménages possédant une automobile est inférieure à la Métropole, elle est supérieure en province Sud, où près de six ménages sur sept en ont au moins une. Le taux de pénétration des marques françaises est très inférieur à la Métropole (28,5 % contre 54,5 % en 2009), en raison, spécialement, de l'engouement pour les marques asiatiques et pour les 4 x 4, qui représentent près du quart des ventes de véhicules pour les particuliers, contre 5,8 % en Métropole.

Sources : IEOM, 2008 – Le secteur automobile en Nouvelle-Calédonie. Les Notes de l'IEOM, 12 p. et NOUVELLE-CALÉDONIE 2025, 2009, Diagnostic et enjeux : 56.

seulement 3 % en Métropole. Inaugurée en 1989, cette offre n'a pas changé, alors que la population de l'agglomération croît et s'étale rapidement, révélant une certaine inertie de la grande distribution, dominée par les groupes Lavoix et Kenu-In, à se mettre en adéquation avec la localisation des consommateurs. Mais les choses devraient évoluer prochainement puisque plusieurs projets de grandes surfaces sont prévus dans les communes de Dumbéa, Païta et Mont-Dore, ce qui réduira le déséquilibre actuel de l'offre : la commune de Nouméa concentre environ deux tiers de la surface des supermarchés et hypermarchés de l'agglomération, une proportion qui a paradoxalement augmenté au cours de la dernière décennie. L'apparition des maxidiscounts en 1997, avec l'ouverture du premier magasin Leader Price, est la seule évolution majeure du paysage commercial, dont l'originalité tient dans le semis dense de supérettes et d'alimentations de proximité.

Le développement de la zone VKP, avec la construction de l'usine du Nord, va se traduire par la création d'un centre commercial entre Koné et Pouembout, mais, pour le moment,



Première concession automobile de la province Nord (Koné)

l'offre commerciale en Brousse est constituée, hormis quelques supermarchés, de supérettes et d'un nombre important d'alimentations de proximité, révélant des carences en matière de commerces spécialisés. Leur concentration sur Nouméa impose de coûteux et longs déplacements à l'échelle de tout le territoire. Les Loyaliens ont également appris à faire face aux problèmes d'approvisionnement qui vident parfois les rayonnages des boutiques.

Des localités comme Poindimié, Koumac ou Bourail, pour la Grande Terre, jouent le rôle de pôles commerciaux secondaires, dont les aires de chalandise s'étendent sur le territoire de plusieurs communes. Ainsi Koumac polarise tout le Nord, de Kaala-Gomen à Pouébo, y compris Belep (voir planche 54). À l'opposé, quelques communes pâtissent d'une offre insuffisante, sans supermarché, sans distributeur automatique de billets accessible en permanence et/ou sans station-service. C'est l'absence de celle-ci, faisant également office de supérette ou d'épicerie, qui est le plus pénalisant, comme on le voit à Poum où la population est obligée de se rendre à Koumac, à plus de 50 km et 45 mn de route, pour faire le plein de leur véhicule et acheter du carburant pour leur bateau. L'OGAF* veut y créer trois pôles de service, au village, à Arama et à Tiabet, avec chambre froide et dépôt de carburants.

L'analyse du cas de Hienghène nous permet de comprendre les problèmes qui se posent à certaines communes en matière commerciale. Par sa taille (plus de 1 000 km²), sa situation périphérique, sa faible occupation humaine (à peine plus de 2 hab./km²), sa population dispersée et faiblement motorisée, avec un tiers des habitants vivant dans la Chaîne, mais ne représentant qu'un dixième de la population salariée, cette commune est exemplaire. Les commerces de proximité sont indispensables et bénéficient d'aides provinciales à la création ou à l'extension. On comprend alors le nombre important d'alimentations en tribus et la mise en place, en 2010, d'un véritable réseau de transport public municipal entre les tribus et le village, la mairie prenant en charge les trois quarts environ du coût du déplacement.



Colporteur dans la tribu de Tiendanite

Les colporteurs de Touho viennent compléter l'offre locale. Ils présentent le double avantage de s'arrêter juste devant les habitations et d'enregistrer des commandes qu'ils livreront ensuite. Si le littoral est le mieux desservi, certains remontent dans la vallée de la Hienghène, jusqu'à Tendo, voire Ouayaguette. C'est aussi sur le littoral qu'on trouve les petits marchés de bord de route, totalement informels et fortement spécialisés. Enfin, il ne faut pas oublier les petits marchés hebdomadaires en tribu de Tendo, Ouayaguette et Bas-Coulina, essentiellement fondés sur la redistribution et l'échange de produits vivriers.

Afin d'améliorer l'offre en services, la municipalité de Hienghène a construit, en 2004, un bâtiment comprenant une pharmacie, un curios* et une laverie, dans le village. Ce dernier, en accueillant le marché le mardi et le vendredi, est au cœur de l'espace commercial, bien que l'absence de station-service oblige la population à se rendre à Téganpaik (commune de Touho) et que la Ouaième, avec son bac, constitue une barrière pour les populations des tribus du littoral nord, qui ont tendance à se tourner vers Colnett (commune de Pouébo), pour leurs emplettes courantes. Les achats plus exceptionnels – une à deux fois par mois – se font surtout à Poindimié. Ce tropisme est lié à l'existence de la ligne provinciale d'autocar Pouébo-Poindimié, dont l'influence s'explique par le faible taux de motorisation des ménages (moins de 40 %).

Quoiqu'en déclin, l'habitude de faire ses courses dans les petits magasins subsiste donc, reflet à la fois du tissu commercial et d'une population dont la propension à fréquenter les boutiques de proximité est inversement proportionnelle à ses revenus.

Des consommateurs aux comportements qui évoluent

Le nombre de cartes bancaires a augmenté d'une manière spectaculaire ces dernières années (+ 50 % entre 2005 et 2009). En contrepartie, l'utilisation des chèques a baissé, mais reste le moyen de paiement le plus utilisé, contrairement à la Métropole où la carte bancaire est prédominante. Mais, avec un temps de retard, les choses évoluent. Ainsi, avec la mise en service du câble sous-marin, fin 2008, le e-commerce et la vente à distance sont en train de prendre leur essor, cinq ou six années après la Métropole selon la Chambre de commerce et d'industrie de Nouvelle-Calédonie. Ce développement est un vrai défi pour le commerce traditionnel, qui pratique des prix très élevés découlant de marges bénéficiaires particulièrement fortes, liées à la structure oligopolistique des marchés et à de nombreuses taxes à l'importation. Il n'est alors pas surprenant qu'un des ressorts majeurs du tourisme des Néo-Calédoniens soit le shopping,

spécialement en Australie, eu égard aux prix bien plus bas pratiqués. Selon l'ISEE, 16 % des dépenses vestimentaires sont réalisées hors du territoire en 2008. Une autre stratégie de contournement du commerce local est le recours aux « colis familiaux », des achats effectués par carte bancaire sur internet, livrés en Métropole chez des parents qui les réacheminent sans facture.

Si le nombre de comptes bancaires par habitant est en net retrait par rapport à la Métropole, la bancarisation de la population augmente avec la progression du nombre de guichets. Les distributeurs automatiques de billets (DAB) ont connu une croissance encore plus forte (+ 79 % entre 2005 et 2009), plaçant la Nouvelle-Calédonie en bonne position dans la France d'outre-mer. Dans l'analyse de la densité du système bancaire, il ne faut pas omettre le rôle des agences de l'Office des postes et télécommunications (OPT) qui proposent des services financiers et contribuent fondamentalement à l'équité territoriale.

L'enquête « Budget consommation des ménages » (BCM), menée en 2008 par l'ISEE auprès d'un ménage néo-calédonien sur dix-huit, permet de connaître avec précision les ressources et les dépenses des ménages. Il apparaît que la structure de consommation s'est rapprochée de celle de la Métropole, avec l'habitat qui est devenu le premier poste de dépenses, détrônant ainsi l'alimentation, désormais talonnée par le transport, un poste de dépenses plus important qu'en Métropole. Ces évolutions, symptomatiques du développement à l'œuvre, sont caractéristiques d'une population mobile et de plus en plus urbanisée, devant faire face à des remboursements d'emprunts immobiliers ou à des loyers sans cesse croissants. L'achat d'un véhicule et les dépenses en carburant se révèlent particulièrement coûteux, parce que les véhicules acquis sont plus puissants, donc plus gourmands, et parce que les transports en communs sont médiocres (voir planche 44).

L'enquête BCM montre également des disparités interprovinciales importantes. L'écart de ressources est flagrant entre les ménages de la province Sud et ceux des deux autres provinces, dans lesquelles les inégalités de revenus sont beaucoup plus fortes, comme le montre l'indice de Gini*, un indicateur d'inégalité de salaires variant de 0, dans le cas d'une situation d'égalité parfaite, à 1, dans la situation la plus inégalitaire possible. Avec un indice de Gini de 0,43, la Nouvelle-Calédonie est un territoire beaucoup plus inégalitaire que la Métropole. On constate que, classiquement, c'est là que les ressources sont les plus faibles que la part de l'alimentation dans les dépenses est la plus élevée. En termes d'équipement des ménages, les différences sont flagrantes entre la province Sud et les îles Loyauté, très en retard en matière numérique.

Tableau
Ressources, dépenses et équipements des ménages

Revenus, dépenses ou équipements des ménages	Province Sud	Province Nord	Province des îles Loyauté	Nouvelle-Calédonie
Revenus moyens mensuels	462 000 XPF (3 873 €)	234 000 XPF (1 961 €)	200 000 XPF (1 675 €)	405 000 XPF (3 395 €)
Part des revenus du travail	77 %	79 %	71 %	77 %
Indice de Gini	0,38	0,46	0,52	0,43
Indice de développement humain (IDH) ¹	0,904	0,853	0,815	0,868
Part de l'alimentation dans les dépenses	20 %	26 %	33 %	21 %
Part de l'habitat dans les dépenses	32 %	24 %	19 %	31 %
Réfrigérateur	94 %	86 %	75 %	91 %
Ordinateur	56 %	24 %	10 %	48 %
Automobile	84 %	62 %	38 %	77 %
Internet	32 %	6 %	1 %	25 %

¹ En 2004

Source : ISEE, 2008

Les ménages en tribu ont connu également des transformations importantes. Aux activités rurales est venu se rajouter le développement de l'emploi salarié, qui n'est pas nouveau, mais qui s'est accéléré récemment. Leur combinaison et la progression de la commercialisation des produits agricoles expliquent la progression sensible de leurs revenus. Par ailleurs, on constate l'émergence de nouvelles formes d'action collective, visant, par exemple, à favoriser la vente des productions agricoles ou l'accès à de nouveaux marchés, par l'entremise d'un grand nombre d'associations, comités, Groupements de droit particulier local* (GDPL), coopératives, GIE, etc. La création de la zone artisanale de Baco, à Koné, est emblématique de ces mutations, parce qu'elle s'est faite sur terres coutumières et qu'elle implique des GDPL, l'ADRAF, la société anonyme d'économie mixte locale (SAEML), le Grand Projet VKP, la province Nord...

La plus forte densité artisanale française

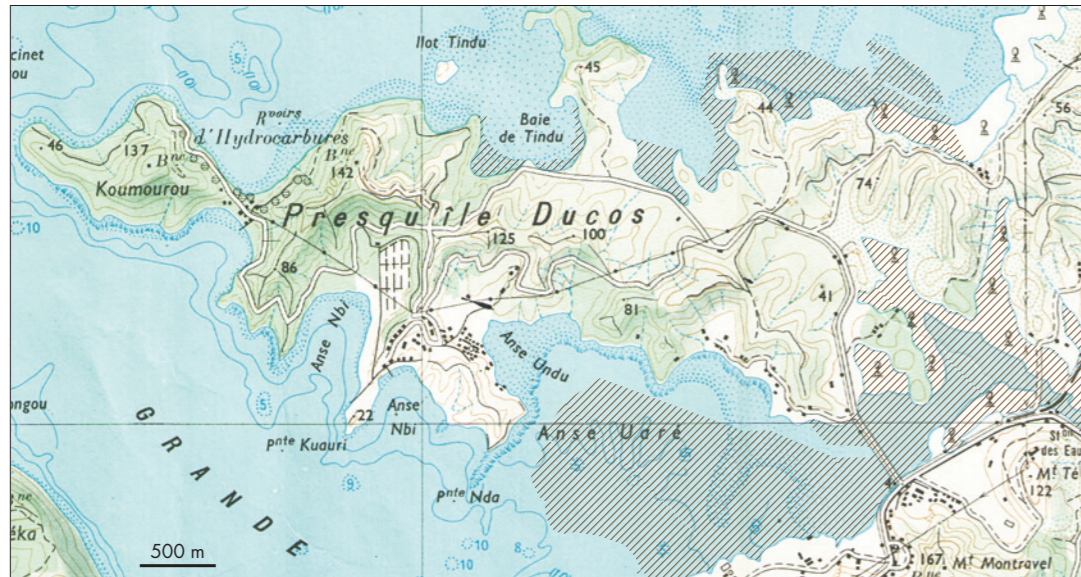
Selon la loi du 5 juillet 1996 relative au développement et à la promotion du commerce et de l'artisanat, « doivent être immatriculées au répertoire des métiers les personnes physiques et morales qui n'emploient pas plus de dix salariés et qui exercent à titre principal ou secondaire une activité professionnelle indépendante de production, de transformation, de réparation ou de prestation de services relevant de l'artisanat et figurant sur une liste établie par décret en Conseil d'État ». Le secteur de l'artisanat a connu une forte croissance après le boom du nickel, qui a entraîné l'arrivée sur le marché de l'emploi de nombreuses personnes débauchées et a provoqué la création de la chambre de métiers en 1979. Sur un territoire de pionniers, la liberté d'entreprendre reste encore vivace. Si l'on ajoute à cela le fait qu'il s'agit d'un secteur moins réglementé qu'en Métropole, on comprend alors pourquoi l'on trouve la plus forte densité artisanale de France avec plus de 11 000 chefs d'entreprises, près de 5 000 salariés et autant de conjoints non déclarés en 2009.

Les métamorphoses de la presqu'île de Ducos

1876 : le temps du bagne



1956 : un espace en marge



2007 : entre zone industrielle et habitat

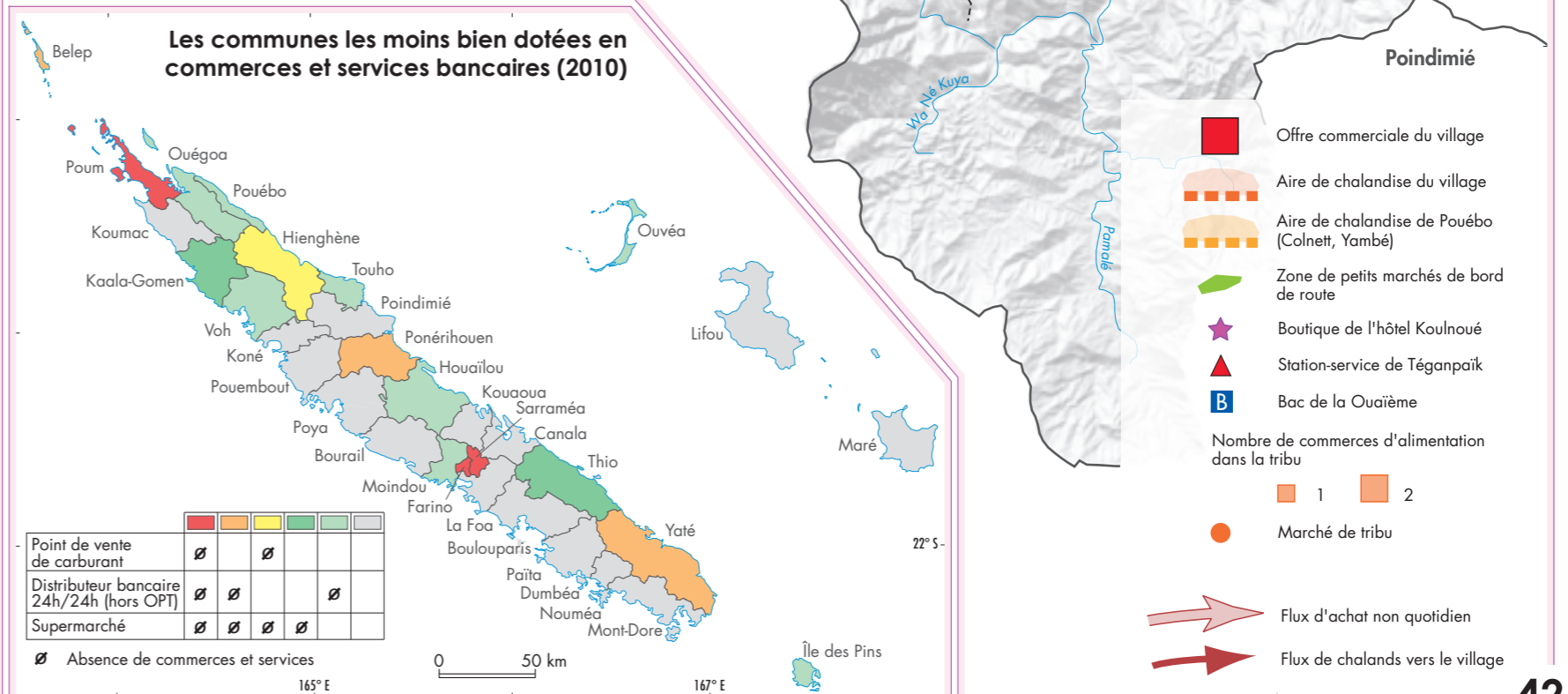
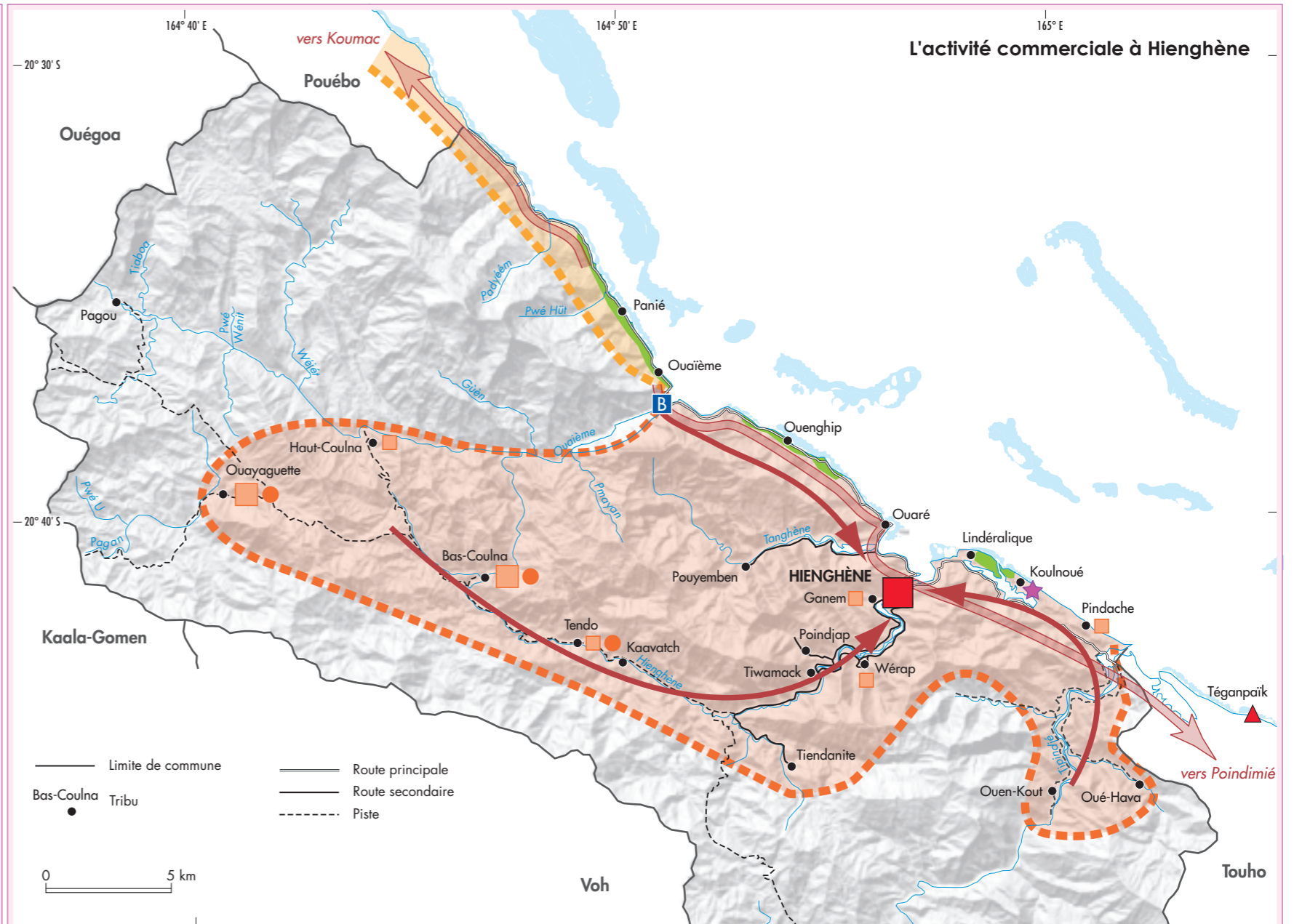
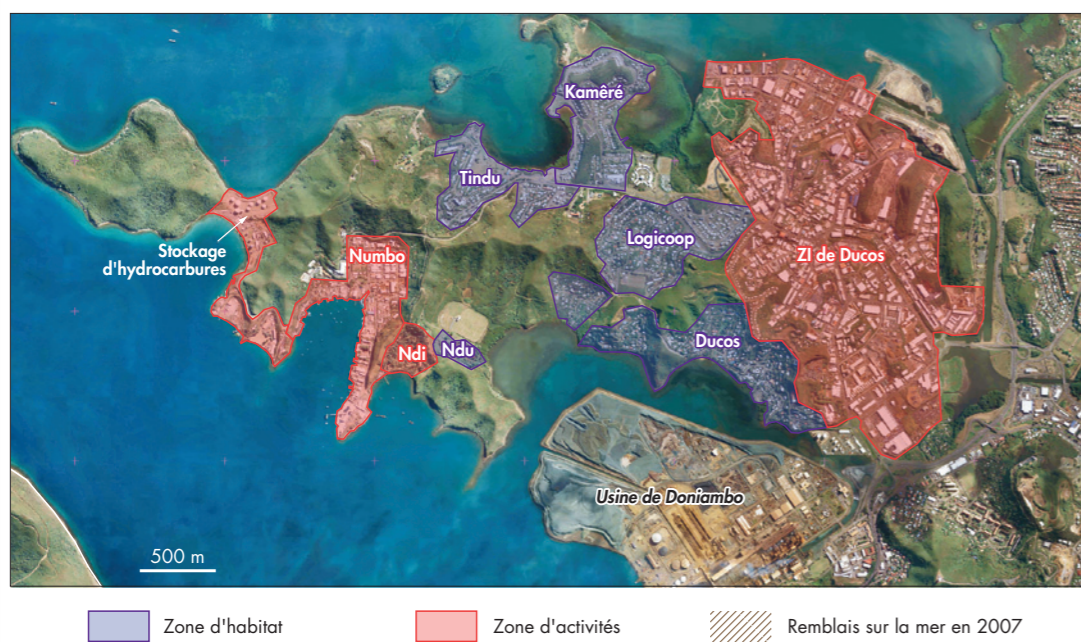
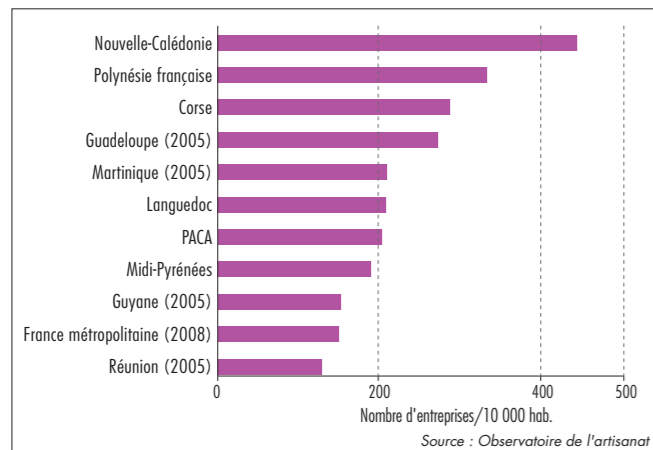


Figure
Densité artisanale en France d'outre-mer et en Métropole



Bien que la mine domine toujours l'économie néo-calédonienne, le poids de l'artisanat traduit l'importance de l'auto-emploi et constitue un bon « absorbeur social ». C'est aussi un indicateur fiable de la santé économique du territoire. Ainsi de 2005 à 2009, le nombre d'entreprises a augmenté de 16 %, mais de plus de 20 % dans le bâtiment et de 18 % dans les services, cette dernière progression montrant que la structure de l'artisanat a tendance à se rapprocher de celle de la Métropole. Inversement, la baisse du poids de l'alimentation (- 10 % d'entreprises entre 2005 et 2009) traduit le durcissement des normes phytosanitaires et la concurrence grandissante de la grande distribution. Les disparités spatiales apparaissent également avec beaucoup de netteté : le Grand Nouméa concentre près des trois quarts des entreprises artisanales et c'est là que leur essor a été le plus fort ces dernières années. Plus globalement, on remarque que la densité artisanale est supérieure à la moyenne néo-calédonienne sur le sud de la côte ouest, du Mont-Dore à Bourail. Inversement, toute la côte est, les îles et le Nord ont un artisanat plus modeste et, de surcroît, en déclin, bien qu'il soit parfois difficile d'analyser précisément la situation, dans un contexte d'économie informelle et de pluriactivité, où l'agriculture tient encore une place de choix. Le seul indice de rééquilibrage du territoire est la progression de VKP et du nord de la côte ouest, avec des activités minières et l'usine métallurgique de Vavouto qui jouent le rôle de locomotive.

Regroupant 60 % des entreprises artisanales, le bâtiment est hypertrophié en comparaison à la Métropole, contrairement

La zone industrielle et artisanale de Ducos

Créée en 1960, elle est de très loin la plus importante du territoire. Il s'agit du deuxième pôle d'emplois de la Nouvelle-Calédonie avec plus de 8 000 actifs, derrière le centre-ville de Nouméa qui en concentrait 17 000 en 2004. L'isolement de cette presqu'île, lié à la présence d'une vaste zone marécageuse que l'on doit contourner pour se rendre à Nouméa, explique qu'elle est choisie, en 1872, comme lieu de déportation. À l'instar de l'île Nou, elle fait partie du domaine pénitentiaire décidé en 1884. Elle accueille entre autres, les camps de Tindu et Numbo, ainsi que celui réservé aux femmes déportées. Une passerelle en bois permet d'accéder plus rapidement à Nouméa en coupant à travers l'anse Uaré, remblayée par la suite. L'administration pénitentiaire quitte Ducos en 1918. Durant la Seconde Guerre mondiale, l'armée américaine y construit des camps militaires, une base d'hydravion, un port en eau profonde... Il faut toutefois attendre les années 1960-1970 pour que la presqu'île se transforme, en devenant une zone d'habitations au centre (Logicoop, Kaméré...), et industrielo-artisanale à l'ouest et à l'est. La municipalité de Nouméa, au travers du Plan d'urbanisme directeur (PUD) de 2010, tient à réaffirmer cette vocation, en y limitant le développement commercial, ne fût-ce qu'en raison des problèmes d'accès routiers.



Ducos, vue aérienne

aux services ou à l'alimentation. De grands chantiers en province Sud, tels que le médipôle de Koutio (voir planche 45), ou le développement du pôle VKP, en province Nord ont un impact notable sur le secteur.

Des petites et moyennes industries protégées

L'industrie hors mine, métallurgie et énergie (voir planches 36 à 40) crée un peu plus de 5 % de la richesse du territoire et emploie 7 % des effectifs salariés. Les petites et moyennes industries (PMI) ont bénéficié très précocement et continuent de bénéficier de protections des marchés par le truchement de taxes, de contingentements, de suspensions d'importation ou d'aides à l'investissement et à la transformation au travers d'une exonération de la taxe générale à l'importation (TGI). Elles ont crû dans une logique d'importation-substitution, se focalisant sur le marché intérieur au détriment de l'exportation. Délaissant les biens d'équipement, hormis les chauffe-eau solaires, les PMI néo-calédoniennes sont essentiellement présentes dans les

industries agro-alimentaires (biscuiterie, chocolat, boissons...), du bois (sciage, menuiserie, meubles), des matériaux de construction (béton, charpentes métalliques, tôles...), des plastiques (emballages, mousse, PVC) ou chimique (cosmétiques, insecticides, produits d'entretien, peintures...). Le poids écrasant de Nouméa dans la localisation des PMI résulte de la concentration de la demande et des capitaux dans l'agglomération ainsi que de la proximité du port, car elles utilisent des matières premières et des produits semi-finis importés arrivant par voie maritime.

Jean-Christophe Gay

Trade, the consumer market, artisans and industry

The commercial and retail sector, which accounts for one eighth of the creation of wealth and one ninth of salaried workers (over 9,000 in 2009), carries considerable weight, but since it matches the distribution of population and wealth it is unevenly distributed across the territory. Thus the very large supermarkets (known as "hypermarkets") are all in the Nouméa urban area. The commercial offer outside Nouméa is reduced to a few small supermarket stores alongside a large number of local shops, and there is a lack of specialised outlets. Localities such as Poindimié, Koumak or Bourail are secondary commercial centres, and they have a very wide offer of retail outlets in relation to their populations, extending across several municipalities. The example of the municipality of Hienghène provides an idea of the problems posed in rural areas: its size, its peripheral situation, the low density of its inhabitants, and the few cars for a scattered population are all features of these areas outside Nouméa.

With the increasing number of individuals possessing bank accounts and the availability of broadband internet connections, e-commerce and distance buying are developing fast. This is a real challenge to traditional retail outlets, where prices are high, leading part of their consumer markets to look for ways to avoid using them. This new market demonstrates patterns that are increasingly like those observed in metropolitan France. The home has become the first family budget item, taking over from food which is closely followed by transport. Inter-Province disparities in terms of income are notable, with a very marked gap between households in the Southern Province and those in the other two Provinces, despite an increase in income in households in the tribes.

The small business, self-employed and artisan sector has grown considerably since the nickel boom, and New Caledonia has the highest density of this category of activity in French territory. Industry (not including mining, metallurgy and energy production) creates a little over 5% of the wealth of the territory and employs 7% of the salaried labour force. Protectionist measures and quotas on imports have enabled small to medium business to exist and prosper in the areas of food, timber, building materials, plastics and other chemical products.

ORIENTATIONS BIBLIOGRAPHIQUES

CABINET SYNDEX, 2009 et 2010 - *Les causes de la vie chère en Nouvelle-Calédonie. Structure des prix et des coûts et le pouvoir d'achat des Calédoniens. La Nouvelle-Calédonie face à ses inégalités*. Paris, Syndex, 114 p. et 78 p.

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE LA NOUVELLE-CALÉDONIE - Documents divers.

NOUVELLE-CALÉDONIE 2025, 2009 - *Diagnostic et enjeux*. Nouméa, Haut-Commissariat et gouvernement de la Nouvelle-Calédonie, 142 p.

OBSERVATOIRE DE L'ARTISANAT (chambre des métiers et de l'artisanat de Nouvelle-Calédonie) - Documents divers.

SABOURIN E., TYUIENON R., DJAMA M., 2002 - *Dynamique des marchés de proximité en province Nord*. Pouembout, IAC-CIRAD, 70 p.