



HAL
open science

Pénuries face à la crise, les stratégies contrastées des habitants de Nouvelle-Calédonie et de l'Hexagone

Delphine Canonge Dumas, Virginie de Barnier

► **To cite this version:**

Delphine Canonge Dumas, Virginie de Barnier. Pénuries face à la crise, les stratégies contrastées des habitants de Nouvelle-Calédonie et de l'Hexagone. 2023. hal-04446794

HAL Id: hal-04446794

<https://hal.science/hal-04446794>

Submitted on 14 Feb 2024

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.

Copyright

Pénuries face à la crise, les stratégies contrastées des habitants de Nouvelle-Calédonie et de l'Hexagone

Delphine CANONGE DUMAS¹

Virginie DE BARNIER²

Dans son [discours de Nouméa du 26 Juillet 2023](#), le Président Macron dresse un bilan économique et social de [la Nouvelle-Calédonie](#) dans lequel il pointe les inégalités et des difficultés de l'île du Pacifique. Sur un plan social, le Président souligne les inégalités qui traversent l'île, malgré un niveau de PIB par habitant comparable à l'hexagone. Sur le plan économique, le chef de l'Etat dénonce la dépendance de l'île aux importations qui comptent pour plus de 80% de sa consommation : un vrai point faible en temps de crise. D'après le journal « Le Monde » : marquée par les monopoles et un niveau d'importation élevé, la Nouvelle-Calédonie possède les caractéristiques d'une économie de comptoir³. L'Autorité de la concurrence n'existe en Nouvelle-Calédonie que depuis 2018, et la succession de sa première présidente, arrivée au terme de son mandat, le 31 décembre 2022 a pris 4 mois. Comment assurer l'avenir de ce territoire dans ce contexte de fortes incertitudes ?

La loi du marché, les crises et le consommateur : un jeu d'incertitudes

Dans son ouvrage *“Théorie de la valeur”* (1959), le lauréat du prix Nobel d'économie [Gérard Debreu](#) montre que l'équilibre est le fruit d'une concurrence pure et parfaite. Que se passe-t-il si la concurrence n'est pas parfaite, si des monopoles existent ou si les ruptures de stock se multiplient ? Le phénomène de la rupture de stock perturbe l'économie régulée par la *“main invisible”* chère à Adam Smith dans son ouvrage *“La richesse des nations”* (1776). Le philosophe et économiste défend l'idée que l'Etat doit jouer un rôle de régulation minimal pour pallier les dysfonctionnements du marché. Mais les crises sanitaires ou géopolitiques, provoquent des bouleversements qui, sur un plan macroéconomique, interrogent la loi de l'offre et la demande et, sur un plan microéconomique, forcent le consommateur à modifier sa consommation. Le consommateur calédonien subit de plein fouet les conséquences de la dépendance aux importations, de [l'irrégularité des arrivées de marchandises par bateau et](#) de la faible

¹ Doctorante, Ecole Doctorale du Pacifique, laboratoire LARJE, Université de Nouvelle-Calédonie - delphine.canonge@etudiant.unc.nc

² Professeure agrégée des Universités, Laboratoire LARJE, Université de Nouvelle-Calédonie - virginie.de_barnier@unc.nc

³ Le Monde, « L'avenir incertain de l'Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie », Par Mathurin Derel (correspondant à Nouméa), Publié le 16 janvier 2023 à 13h03, modifié le 31 mars 2023 à 17h37, téléchargé le 12 novembre 23, https://www.lemonde.fr/politique/article/2023/01/16/l-avenir-incertain-de-l-autorite-de-la-concurrence-de-la-nouvelle-caledonie_6158071_823448.html

concurrence (deux distributeurs se partagent près de 80% du marché). [L'IEOM⁴ fait l'analyse suivante : la reprise sur le trafic maritime mondial suite à la crise sanitaire a généré un engorgement du fret maritime mondial](#), engendrant une hausse des prix et un manque de place dans les containers, des bateaux surchargés, et des ports congestionnés. [La présidente du FMI, dans un entretien récent au journal « Le Monde »⁵, explique à quel point les chaînes d'approvisionnement sont brisées par les crises qui se succèdent](#). Dans ce contexte, le consommateur ultramarin paie significativement plus cher qu'en hexagone les produits de consommation courante. Selon Le Monde⁶, « en Nouvelle-Calédonie, [les prix sont 31 % plus élevés qu'en France métropolitaine](#). L'archipel est, avec la Polynésie française, le territoire ultramarin où l'écart de niveau des prix à la consommation avec la France métropolitaine a été le plus important en 2022, selon une étude de l'Institut de la statistique et des études économiques – Nouvelle-Calédonie (Isee) ». En outre, le consommateur subit des ruptures de stock de nombreux biens de consommation courante ou durables.



Figure 1 : un rayon et une tête de gondole vides dans un supermarché de Nouméa en Avril 2023

Face à la pénurie : Consommateurs ultramarins et métropolitains réagissent différemment

⁴ Institut d'Emission d'Outre-Mer : L'institut d'émission d'outre-mer (sigle : IEOM) est un établissement public français chargé de l'émission monétaire dans les collectivités d'outre-mer françaises du Pacifique que sont la Nouvelle-Calédonie, Wallis-et-Futuna et la Polynésie française, ayant pour monnaie le franc Pacifique (franc CFP).

⁵ Le Monde https://www.lemonde.fr/economie/article/2023/11/12/pour-la-directrice-du-fmi-kristalina-georgieva-nous-avons-trop-longtemps-insiste-sur-les-benefices-de-la-mondialisation_6199727_3234.html; publié le 12 novembre à 23h, [modifié à 07h40](#)

⁶ Le Monde https://www.lemonde.fr/outre-mer/article/2023/09/29/en-nouvelle-caledonie-les-prix-sont-31-plus-eleves-que-dans-l-hexagone_6191553_1840826.html ; Le Monde avec AFP
Publié le 29 septembre 2023 à 10h17, modifié le 29 septembre 2023 à 10h28

Le cabinet Accenture⁷ estime qu'en 2023, les ruptures de stock entraîneront une perte de 920 milliards d'euros, soit près de 8% du PIB de la zone euro, un record. En Nouvelle-Calédonie, il n'existe pas de statistiques publiques concernant les ruptures de stock et les distributeurs ne communiquent pas sur ce sujet. Mais les rayons parfois vides des supermarchés de Nouméa (figure 2) ou les échanges sur les réseaux sociaux des consommateurs témoignent de l'étendue et de l'accroissement récent du phénomène (figure 3).



Figure 2: exemples d'échanges concernant les ruptures de stock sur les réseaux sociaux (2023)

Comment le consommateur réagit-il à cette situation qui affecte son quotidien ? Les Français de l'hexagone et de Nouvelle-Calédonie, distants de 17 000 km, ont-ils les mêmes stratégies d'adaptation faces aux ruptures de stock et aux pénuries de produits de consommation ? Une série d'entretiens de consommateurs menés en face-à-face dans l'hexagone et en Nouvelle-Calédonie nous ont permis de constater des différences d'attitude et de comportement entre les deux populations. Les consommateurs utilisent trois stratégies d'adaptation selon le caractère d'urgence de leur achat. S'il existe bien une stratégie commune entre les deux populations, les deux autres stratégies divergent largement.

⁷ Accenture : Le coût des ruptures des chaînes d'approvisionnement pour les économies européennes pourrait s'élever jusqu'à 920 milliards d'euros du PIB d'ici à 2023, selon un rapport d'Accenture » publié le 25 mai 2022 ,téléchargé le 12 novembre 23, <https://www.newsroom.accenture.fr/fr/news/2022/le-cout-des-ruptures-des-chaines-d-approvisionnement-pour-les-economies-europeennes-pourrait-s-elever-jusqu-a-920-milliards-d-euros-du-pib-d-ici-a-2023-selon-un-rapport-d-accenture>

« Si je ne trouve pas, je passe à autre chose ! » : face aux ruptures de stocks, les métropolitains affichent leur confiance dans le marché

Les consommateurs de l'hexagone disposent d'une offre disponible importante en Europe. Face à une situation de rupture de stock, ils n'hésitent pas à faire jouer l'offre et la demande en cherchant "autre chose"⁸ : "quand j'ai fait mon choix, j'en ai besoin tout de suite et si je l'ai pas, je passe à autre chose !". Leur première stratégie est donc de chercher une alternative. La seconde stratégie consiste à attendre, mais seulement à condition que le magasin fournisse une date précise de retour en stock. La troisième stratégie est une stratégie d'abandon. Si le magasin ne donne pas une date de retour en stock rapide, le consommateur préfère "passer à autre chose !". Les consommateurs métropolitains acceptent mal l'incertitude liée à la pénurie. Ils préfèrent des solutions immédiates qu'ils recherchent individuellement.

« Si je ne trouve pas, je le fais moi-même ! » : face aux ruptures de stock, les consommateurs ultramarins déjouent le marché

Les consommateurs calédoniens sont habitués à la pénurie et en ressentent moins de frustration. Leur première stratégie consiste à dédramatiser et plaisanter de la situation: "celui qui devient à cran à cause du matériel, il faut pas qu'il vienne en Nouvelle Calédonie !". La deuxième stratégie, propre aux consommateurs calédoniens, consiste à planifier leurs achats en fonction du coût d'un achat local ou dans l'hexagone : "les taxes douanières sont un gros frein, si j'ai l'occasion d'aller en France, je préfère l'acheter là-bas". Enfin la troisième stratégie consiste à faire appel à son réseau. Les calédoniens utilisent les réseaux sociaux pour être informés des livraisons, trouver des opportunités de dons ou de vente de seconde main: "on est alerté sur les opportunités et quand il y en a une, on y va !". Cette débrouillardise permet d'éviter le marché en utilisant des circuits parallèles de consommateur à consommateur : "on connaît du monde et les gens, quand ils font un vide dressing, ils le mettent sur facebook ". Les consommateurs calédoniens acceptent l'incertitude liée à la rupture de stock, ils planifient leurs achats et s'appuient sur leur réseau local.

Ruptures de stocks : la confiance des uns et la défiance des autres vis-à-vis du marché

Cette recherche montre qu'en cas de tension sur les marchés et de ruptures de stock, l'interaction acheteur/ vendeur, qui est au cœur de la loi de l'offre et de la demande, ne fonctionne plus correctement. Les consommateurs métropolitains continuent à avoir confiance dans les mécanismes de régulation du marché *via* la loi de l'offre et de la demande et le font jouer pleinement : comparaisons des offres, négociations des frais de port. Ils évoluent dans un marché ouvert, l'Europe, avec très peu de monopoles, et savent faire jouer la concurrence. Ils n'ont aucun doute quant à l'efficacité des interactions entre l'acheteur (le consommateur) et le vendeur (le magasin), plus communément nommé *Business to Consumer (B to C)*.

⁸ Le texte en italique est extrait de verbatims issus des entretiens avec les consommateurs.

Les consommateurs calédoniens nourrissent une certaine défiance envers l'économie de marché : « parfois on a l'impression qu'on est comme des enfants qu'on oblige à consommer certains produits et qu'on prive de certains autres ». Comme le montre l'exemple de Nestlé en Nouvelle-Calédonie (Figure 4) : Nestlé sous-traitait jusqu'à présent la production des produits Nestlé dessert et Crunch sur l'île garantissant leur disponibilité sur place. Après que le groupe a décidé de ne plus produire localement, ces produits arrivent désormais au compte-goutte, car ils sont soumis aux quotas d'importation. Face à cette rupture de stock, les consommateurs commentent avec dérision : « Mais dis donc, la dictature se passe bien en NC ? », ou expriment leur défiance dans le marché : « Le scandale habituel du copinage au profit du plus petit nombre... », « il serait temps de mettre fin à ces ...quotas d'importation qui font du chocolat un produit de luxe ... ».



Figure 3: exemple de post Radio Cocotier, Facebook, Nouvelle-Calédonie concernant une rupture de chocolat totalisant 763 réactions et 320 commentaires.

Les consommateurs calédoniens ont appris à s'adapter aux pénuries (« C'est le package Calédonien ! », « Il faut faire la réserve »). Ils sont habitués aux interactions interpersonnelles car ils ont un tissu social plus fort et résilient (« on est vite au courant si un produit revient en stock »). Ils mettent en place des stratégies d'évitement de l'économie de marché. Ils créent leurs propres circuits parallèles : « il faut aller au Marché des femmes tous les derniers dimanche au Centre Jean-Marie Tjibaou », trouvent des alternatives hors marché en développant le troc, l'achat dans les petits primeurs et l'achat en direct, solution appelées *Consumer to Consumer (C to C)*.

« Dis-moi ce que tu consommes... je te dirai qui tu es » : la consommation est un fait culturel

Le psychologue néerlandais Geert Hofstede a identifié plusieurs dimensions qui construisent une culture : (1) individualisme ou collectivisme, (2) masculinité ou féminité, (3) indice de distance hiérarchique, (4) degré de contrôle de l'incertitude et (5) orientation court terme ou long terme. Notre recherche souligne trois différences culturelles notables entre consommateurs métropolitains et calédoniens. La première concerne le degré de contrôle de l'incertitude : les métropolitains acceptent mal l'incertitude alors que les calédoniens la tolèrent. La deuxième est en relation avec ~~concerne~~ l'orientation court terme ou long terme : les métropolitains recherchent des solutions immédiates alors que les calédoniens ont plus de tolérance vis-à-vis des retards. Ils leur arrive fréquemment de lancer cette boutade aux métropolitains trop impatients : « Vous, vous avez la montre ; Nous, on a le temps » !. La troisième concerne l'individualisme des consommateurs métropolitains qui s'oppose au collectivisme des calédoniens: les métropolitains valorisent la liberté et le libre-échange, comme l'illustre la devise “ *liberté, égalité, fraternité* ” alors que les calédoniens font preuve d'un esprit collectif et adhèrent à des valeurs de solidarité, à l'image de leur devise “ *Terre de parole, Terre de partage* ”.

En conclusion de son [discours de Nouméa du 26 Juillet 2023](#), le Président Macron rappelle la devise qui unit tous les citoyens de la République Française “ *liberté, égalité, fraternité* ”, et invite la population à construire ensemble un modèle social et économique plus juste, avec moins d'inégalités flagrantes pour les habitants de Nouvelle-Calédonie. Mais cet appel peut-il être entendu par des calédoniens qui ont une perspective temporelle flexible et des valeurs plus collectivistes ? La force du collectif Calédonien peut-elle compenser les difficultés issues de l'éloignement de ces îles du Pacifique?