Objectif
MAGAZINE

MAI 2020 / GRATUIT

| N° | 114

ÉCONOMIE

PET BUSINESS : UN MARCHÉ AU POIL ?

ÉCONOMIE. Se réinventer pour ne pas périr - **DÉVELOPPEMENT.** Favoriser l'accession sociale à la propriété - **RÉGLEMENTATION.** Le grand chantier de la construction - **TRIBUNE.** Télétravail : comment gérer ses salariés à distance ?

UNE HEURE AVEC...

DAVID GUYENNE, PRÉSIDENT DE LA CCI-NC

ISBN 16596 848 8887

www.objectif.nc

SYDNEY

BRISBANE

VILLAS NEUVES 3 CHAMBRES
À 11KM DE BRISBANE, 500.000 AUD

THE HILLS

GOLD COAST

ROYAL PINES RESORT GOLD COAST
APPARTEMENTS ENTRE GOLF ET MARINA

MARINA CONCOURSE

ACHAT | VENTE | GESTION | RÉNOVATION

L'**AGENCE FRANCOPHONE**, à votre service en Australie depuis 12 ans

Nous sommes la seule agence Francophone basée sur Sydney (comptable, banquiers et avocats).
Pour en savoir plus, contactez Lionel ROBY au + 614 04 690 888

Suite 402 / 261 George St - Sydney 2000 NSW
info@agencefrancophone.com / www.agencefrancophone.com

UN PROJET IMMOBILIER ?

AUSTRALIE

NOUVELLE-ZÉLANDE

NOUVELLE-CALÉDONIE

RDV DANS NOTRE AGENCE DE NOUMÉA

VENEZ-NOUS RENCONTRER POUR DISCUTER DE VOTRE PROJET, SUR RENDEZ-VOUS

AGENCE GERONIMMO

CP 2005 – 92T – GB : SGCB ALMA – TRANSACTIONS

2 rue Delord – Motor Pool

NEW ZEALAND SERVICES

NOUVELLE-ZÉLANDE

Philippe MENEUT

philippe@nzservices.co.nz

GeronImmO

Sur toute la Nouvelle-Calédonie

NOUVELLE-CALÉDONIE

David CADO

david@geronimmo.nc

78 26 73 - 79 71 47

Agence Francophone

AUSTRALIE

Lionel ROBY

lionel@agencefrancophone.com

PORTES OUVERTES
AU GOLF DE TINA
15 au 19 juin 2020
INITIATION GRATUITE
GOLF DE TINA
INTERNATIONAL
Détails & Inscriptions
WWW.GOLFDETINA-PORTESOUVERTES.COM

ESTHÉTICIENNE, PLOMBIER, ÉLECTRICIEN, GARAGISTE, FLEURISTE, BIJOUTIER, COIFFEUR, INFOGRAPHISTE, CARRELEUR, PÂTISSIER, TAXI, LAVERIE, COUTURIÈRE, MENUISIER, BOULANGER, MAÇON, SCULPTEUR, CORDONNIER, PEINTRE, BOUCHER...
www.annuairedesartisans.nc
L'ANNUAIRE DES ARTISANS NC
11 000 entreprises en ligne >
ILS SONT TOUS EN LIGNE SUR L'ANNUAIRE OFFICIEL DES ARTISANS !
Découvrez les 11 000 entreprises référencées officiellement par la Chambre de métiers et de l'artisanat de Nouvelle-Calédonie.
Trouvez en quelques clics l'artisan dont vous avez besoin, près de chez vous.
Repérez les professionnels possédant des Titres et des distinctions.
Chambre de Métiers et de l'Artisanat
NOUVELLE-CALÉDONIE

WWW.OBJECTIF.NC
RETROUVEZ-NOUS EN LIGNE !

ÉDITÉ PAR
SPAP
29 BIS, AVENUE FOCH
BP 4015 98846 NOUMÉA CEDEX
TÉL. : (687) 27 88 16
SABINE.ZERATHE@SPAP.NC
WWW.OBJECTIF.NC

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION
JULIEN RAVEL

RÉDACTION EN CHEF
NATHALIE VERMOREL
OBJECTIF@LAGOON.NC

RÉDACTION
NATHALIE VERMOREL

PHOTOGRAPHIES
MARC LE CHELARD/CCI-NC
NCTPS
NATHALIE VERMOREL
SHUTTERSTOCK

CHEF DE FABRICATION
ARNAUD FILIPPI
PAO@SPAP.NC

SECRÉTARIAT DE RÉDACTION
MARIE MARITAN

RÉGIE PUBLICITAIRE
SPAP - TÉL. : (687) 27 88 16

PRÉPRESSE / IMPRESSION
ARTYPO

TIRAGE
6 000 EXEMPLAIRES

DIFFUSION
PLANET MÉDIA

DÉPÔT LÉGAL À PARUTION
ISBN 16596 848 8887

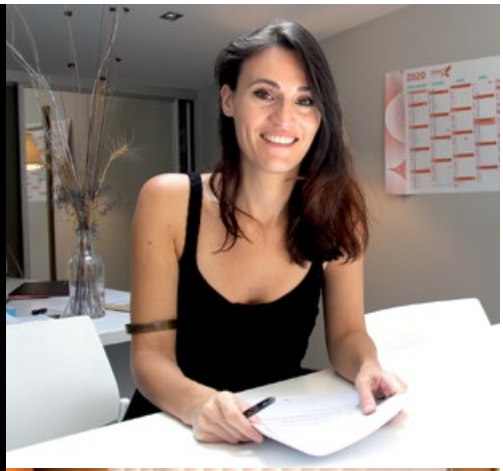
Toute reproduction, même partielle, des textes, illustrations, infographies et documents parus dans le présent numéro est soumise à l'autorisation préalable de l'éditeur, quel que soit le support de la reproduction.

Reset…

Déplacements limités. Crèches, établissements scolaires, universités, magasins, restaurants, cinémas... fermés. Événements culturels, annulés. Rencontres sportives, reportées. Plus de cérémonies coutumières, ni de mariages, ni même de réunions familiales. Tata les poignées de mains, welcome la distanciation sociale. Ce n'est pas la guerre… mais ça y ressemble.
Et puis, les jours passent et (re)naît une lueur d'espoir. Aucun cas de Covid-19 positif depuis plus de trois semaines. Et l'annonce qui tombe. Libérés, délivrés. Sous couvert de nouvelles mesures en vigueur jusqu'au 14 juin (inclus) dans le strict respect des recommandations sanitaires. Parce que le risque zéro n'existe pas. Et qu'il vaut mieux prévenir que guérir. Titubante, c'est toute l'économie du Territoire qui retient son souffle. Se remet en ordre de marche. Bon an mal an. Et c'est toute une population qui rêve de jours meilleurs. De sa vie d'avant qui n'aura définitivement plus le même goût. De l'opportunité de construire un nouveau modèle économique plus vertueux, plus solidaire, plus environnemental, plus agile. Différent de celui d'avant. L'exécutif l'appelle de ses vœux. Forces vives et acteurs économiques sont invités « à y réfléchir ». Mais l'après Covid-19, c'est quand exactement ? Parce que le risque zéro, on le sait bien, n'existe pas.

« TATA LES POIGNÉES DE MAINS, WELCOME LA DISTANCIATION SOCIALE. »

par Nathalie Vermorel



© NV

© NV

20

ÉCONOMIE

PET BUSINESS : UN MARCHÉ AU POIL ?

Peu ou pas de chiffres existent sur la population canine et féline que compte le Territoire, ni sur le taux de détention d'animaux par foyer, mais les professionnels avancent un vivier de 100 000 consommateurs potentiels. Seule certitude, l'attachement des maîtres à leurs compagnons à quatre pattes profite au secteur et suscite son lot d'appétences.

08 ARRÊT SUR IMAGE

12 UNE HEURE AVEC...
David Guyenne, président de la Chambre de commerce et d'industrie de Nouvelle-Calédonie

16 ACTUS

30 ÉCONOMIE
Se réinventer pour ne pas périr

32 INNOVATION
Outils numériques : le joker des professionnels ?

34 DÉVELOPPEMENT
Favoriser l'accession sociale à la propriété

36 RÉGLEMENTATION
Le grand chantier de la construction

38 FORMATION
Rester dans la course avec le FIAF !

40 TRIBUNE
Télétravail : comment gérer ses salariés à distance ?

42 ÉCHOS
Du web. Du Pacifique. De l'éco. Météo du Caillou.

Partageons plus encore

RADIO · TÉLÉVISION · INTERNET

www.la1ere.nc

nouvelle calédonie 1

MUNICIPALES : VERS UN SECOND TOUR EN JUIN ?

212 884 électeurs ont été appelés aux urnes lors du premier tour de scrutin des élections municipales le dimanche 15 mars, un chiffre nettement supérieur à 2014, où le nombre d'inscrits s'élevait à 175 514. Reportée sur l'ensemble du territoire national, y compris en Nouvelle-Calédonie, dans le cadre de la lutte contre le Covid-19, la date du second tour, initialement programmée le 22 mars, n'est pas encore fixée mais il pourrait se tenir au mois de juin. En revanche, selon la ministre des Outre-mer, Annick Girardin, la crise sanitaire ne devrait pas avoir d'incidence sur la tenue du second référendum, le 6 septembre prochain.

© NV

Une mission d'information pour

▼ MISSION DINFORMATION DU 4 MAI 2020.

© Congrès de la Nouvelle-Calédonie

LE CONGRÈS DE LA NOUVELLE-CALÉDONIE S'EST FORTEMENT IMPLIQUÉ DÈS LE DÉBUT DE LA CRISE DU COVID-19. IL A RAPIDEMENT MIS EN PLACE UNE CELLULE DE CRISE SANITAIRE ÉVOLUANT ENSUITE EN MISSION D'INFORMATION AFIN DE POUVOIR FOURNIR DES AVIS AU GOUVERNEMENT TOUT EN ASSURANT SON RÔLE DE LÉGISLATEUR. IL A ÉGALEMENT FACILITÉ LE DIALOGUE ENTRE LES INSTITUTIONS DU TERRITOIRE EN DEMANDANT ET EN OBTENANT DU GOUVERNEMENT QUE LE SÉNAT COUTUMIER ET LE CESE SOIENT ASSOCIÉS À LA CONCERTATION. À PLUS LONG TERME, LA MISSION AURA ÉGALEMENT POUR BUT DE TIRER LE BILAN DE LA GESTION DE CETTE CRISE ET DE PROPOSER DE NOUVELLES ORIENTATIONS POUR L'AVENIR.

Le 20 mars, le gouvernement annonce avoir dépisté un cas autochtone de Covid-19. Un cas qui s'avèrera être une erreur a posteriori mais qui est alors suffisamment pris au sérieux pour déclencher le confinement de la population calédonienne. Le moment est critique. Les autorités sanitaires doivent impérativement retrouver le patient zéro afin de limiter au maximum la diffusion du virus. À ce moment, Roch Wamytan, le président du congrès, décide de réunir le bureau élargi de la première institution du Territoire pour faire le point avec l'ensemble des représentations. Pour l'occasion, il est décidé d'ouvrir les portes du bureau élargi aux partis politiques non constitués en groupes, à savoir l'Éveil océanien, Générations NC et le Parti travailliste.

Cette instance devient un interlocuteur incontournable devant être associé au processus de décision. Si l'État et le gouvernement ont leurs compétences respectives, le congrès est l'organe législatif du Territoire et la représentation politique de la population calédonienne. Oublié dans un premier temps, tout comme le sénat coutumier, le congrès a su faire comprendre l'importance de la présence des deux institutions. Pour le bureau élargi, la priorité des priorités était de protéger la vie des Calédoniens, viendrait ensuite le temps de l'économie.

préparer l'avenir

UN RÔLE CENTRAL

Et pour y parvenir, il était indispensable d'utiliser l'ensemble des réseaux d'informations sur l'ensemble du Territoire. D'où l'intérêt du sénat coutumier, d'autant plus que les Océaniens ont, par le passé, payé un lourd tribut en matière de maladies infectieuses importées. L'histoire de la colonisation calédonienne et plus généralement du Pacifique montre que les peuples autochtones ont été décimés par des épidémies successives laissant une trace indélébile dans l'inconscient collectif.

Des relations directes avec le centre opérationnel du gouvernement ont rapidement été établies au travers du membre du gouvernement en charge des relations avec le congrès, Yoann Lecourieux. Une fois par semaine, les présidents des quatre institutions, gouvernement, congrès, CESE et sénat coutumier, faisaient également un point détaillé sur la crise sanitaire et l'avancée des dispositifs. Sur la question du rapatriement des Calédoniens et des résidents bloqués à l'extérieur du pays, des réunions ont par ailleurs été organisées avec les chefferies de Païta et le conseil coutumier Drubea-Kapumë pour discuter des positions des uns et des autres et trouver des solutions acceptables pour tous.

Face à cette crise sans précédent, le congrès ne pouvait pas se contenter de jouer le rôle d'une simple chambre d'enregistrement. C'est la raison pour laquelle il a été décidé d'instaurer une mission d'information en s'inspirant d'exemples d'autres parlements à travers le monde. Les textes régissant le congrès stipulent uniquement la possibilité de mettre en place une commission d'enquête. Commission demandée par ailleurs par le groupe Calédonie ensemble qui pourrait éventuellement être mise en place dans un second temps.

La mission d'information a ainsi été l'occasion d'auditionner l'ensemble des acteurs de la chaîne de décision : les membres et les directions du gouvernement, experts médicaux, universitaires ou encore grands acteurs économiques. Très concrètement, soucieux de répondre aux urgences, le congrès a par ailleurs débloqué deux millions de francs, via la Croix-Rouge et le Secours catholique, pour la distribution de paniers repas pour des personnes ayant été particulièrement touchées par les conséquences du confinement. Dans cet esprit, le bureau élargi du congrès siégeant en mission d'information a accordé une aide financière en urgence, via la Croix-Rouge, pour fournir des équipements de base aux populations du Vanuatu ravagées par le cyclone Harold.

TROUVER DE NOUVELLES VOIES DE DÉVELOPPEMENT

En parallèle et en dépit des difficultés imposées par le confinement, l'institution a tenu son rôle de législateur en permettant le vote à l'unanimité des textes présentés par le gouvernement. Les commissions ont été fortement mobilisées pour que la commission permanente, représentation des 54 élus du congrès, puisse adopter les différents textes. Cela a, par exemple, été le cas de la délibération instaurant un cadre spécifique de chômage partiel ou encore celle sur l'accompagnement des Calédoniens restés bloqués en dehors du Territoire. Des décisions qui se traduisent également par des modifications budgétaires importantes.

« Une chose est ressortie fortement, c'est la vulnérabilité du Territoire sans l'extérieur. »

Roch Wamytan, président du congrès

© Studio Eric BUA

Roch Wamytan a, dans le même temps, souhaité conserver des liens avec les autres parlements de la région. Une manière d'appréhender la gestion de crise par les pays avec lesquels la Nouvelle-Calédonie recommence à tisser des liens. En toile de fond, le président de l'institution a dans l'idée de structurer davantage le congrès et de renforcer son rôle notamment de contrôle pour en faire un véritable parlement, quel que soit l'avenir institutionnel du pays.

La mission d'information aura toute sa place dans ce processus. En cheville avec le représentant du Programme des Nations unies pour le développement à Fidji, le président souhaite que le congrès puisse apporter sa pierre à la construction de la Nouvelle-Calédonie post-Covid-19. La mission devra dresser le bilan complet de cette crise sanitaire pour en tirer toutes les conséquences. Il devra permettre d'esquisser un plan spécifique de gestion d'une épidémie, plan qui n'existait pas jusqu'à présent.

« *Une chose est ressortie fortement*, souligne Roch Wamytan, *c'est la vulnérabilité du Territoire sans l'extérieur.* » Dans le cadre de la mission, des thématiques telles que le social, l'environnement, l'économie, l'enseignement ou encore la culture seront retenues afin d'engager des réflexions et fixer des orientations pour un nouveau modèle de société propre à une Nouvelle-Calédonie de demain apaisée.

© NV

« Des opportunités naissent souvent d'une crise »

DAVID GUYENNE, PRÉSIDENT DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE NOUVELLE-CALÉDONIE

Propos recueillis par Nathalie Vermorel

À 46 ANS, DAVID GUYENNE N'EST PAS UN INCONNU DE LA CCI : IL ATTAQUE SON TROISIÈME MANDAT, LE PREMIER EN TANT QUE PRÉSIDENT. UN « BAPTÊME DU FEU » SOUS COUVERT DE COVID-19. SI LES DÉFIS NE MANQUERONT PAS DURANT CETTE MANDATURE, L'URGENCE EST DE « FAIRE FACE AUX PROBLÉMATIQUES CONJONCTURELLES » ET « APPORTER UNE RÉPONSE AUX ENTREPRISES EN DIFFICULTÉ ».

Quels sont les premiers impacts de la crise du Covid-19 sur les entreprises ?
Les résultats de la première enquête menée par la Cellule économique sont éloquents : sur les 1 200 entreprises qui y ont répondu, 98 % ont déclaré être impactées, 62 % ont perdu au moins 50 % de leur chiffre d'affaires, 64 % ont été contraintes de stopper leur activité et 37 % ont fait une demande de chômage partiel. Les impacts sur les entreprises calédoniennes vont forcément être conséquents : cessation d'activité, problèmes de trésorerie, recours au chômage partiel, inquiétude des salariés et des clients… Néanmoins, il faut garder en tête que des opportunités naissent souvent d'une crise. Nous avons observé de belles démonstrations de résilience et d'agilité de la part des Calédoniens mais également des associations et des entreprises. Preuve que l'esprit pionnier, l'esprit d'entreprise sous toutes ses formes, qu'elles soient sociales ou économiques, persiste encore dans notre société.

Quel dispositif avez-vous mis en place pour vos ressortissants ?
Depuis le début de la crise, la CCI s'est engagée à fédérer les acteurs économiques (chambres consulaires, organisations patronales, syndicats professionnels, clusters, associations). Ça s'est manifesté à travers une cellule de crise économique dont les résultats ont été très concrets (alimentation de contenus du site covid19.nc, mise en place d'études d'impact auprès des entreprises, remontées et partages de propositions et de bonnes pratiques). La CCI a également créé sa cellule d'accompagnement, composée de 15 conseillers, au service des entreprises à travers le numéro vert (05 03 03) ou sur le site cci.nc. En parallèle, nous nous sommes organisés pour former nos élèves de l'EGC et du CFA à distance et adapter l'organisation des aéroports à la réduction du trafic.

« L'ESPRIT D'ENTREPRISE, SOUS TOUTES SES FORMES, PERSISTE ENCORE DANS NOTRE SOCIÉTÉ. »

Quelles sont, aujourd'hui, les priorités ?
Nous devons nous assurer qu'un maximum d'entreprises survivent et soient pérennes bien au-delà de l'épisode du Covid-19. Pour cela, nous les accompagnons au quotidien afin de leur permettre d'être orientées vers les bons services, les bons formulaires en vue de bénéficier des aides. On ne le répétera jamais assez, il existe des dispositifs adaptés aux différentes situations. Il est important de les solliciter car elles vont permettre de sauver les salariés et les entreprises.

La relance économique est un sujet qui vous tient à cœur, c'était même l'un des principaux axes de votre campagne. Désormais, comment l'envisagez-vous ?
Nos frontières étant fermées, nous allons vivre en circuit fermé pendant encore un certain temps. Chacun de nous a donc la responsabilité de faire vivre l'économie locale, de consommer local, que ce soient des produits ou des services. Il faut soutenir le commerce qui a su rester ouvert quand c'était possible et s'adapter pour assurer une continuité de services aux Calédoniens durant le confinement. Je pense aussi aux industriels, aux agriculteurs et aux artisans, qui ont su travailler ensemble pour apporter des réponses sanitaires et alimentaires, aux restaurateurs, aux acteurs du tourisme et à toutes les activités qui ont dû rester fermées. Il faudra aussi soutenir les derniers secteurs encore bloqués, principalement le transport aérien et les activités sportives et >>

<< culturelles dès lors qu'elles seront de nouveau autorisées à accueillir leurs clients. La solidarité est essentielle pour nous permettre de limiter les effets de cette crise.

C'est-à-dire ?
Durant cet épisode, les Calédoniens ont exprimé des besoins de sens, à travers le bénévolat, le respect du confinement, des gestes barrières mais également en privilégiant la proximité, le consommer « bien et mieux ».
Les associations ont fait preuve d'initiatives d'entrepreneuriat social. Les entreprises, commerces, industries, services ont réagi soit en innovant, soit en adaptant leurs modèles économiques (…). Je crois qu'il est important d'instaurer une confiance et une bienveillance vis-à-vis des acteurs économiques de ce pays. Ces exemples collent parfaitement à certains thèmes de notre campagne comme faciliter les initiatives citoyennes et individuelles, la vie des entreprises, les transitions numériques et technologiques mais aussi les mutations vers des modèles économiques qui nous correspondent. En ce sens, faciliter signifie, pour nous, à la fois investir mais aussi assouplir les règles, repenser les modèles.

Quels sont les premiers enseignements de cette crise ?
Parmi les enseignements, on retiendra la solidarité qui s'est jouée entre les différents acteurs que sont les institutions, les citoyens et le monde économique. Face à une crise de cette gravité, on s'est rendu compte à quel point il est primordial de faire partie d'un espace économique et culturel, vaste et solidaire. Cet épisode nous a rappelé l'urgente nécessité de muter vers les grands enjeux technologiques, environnementaux et sociétaux pour redonner du sens, de l'ambition et réduire les fractures dans notre société. Nous retiendrons aussi les métiers qui ont permis de vivre le plus normalement possible durant cette crise. Des métiers parfois oubliés, comme les caissiers, les artisans, les ouvriers, les commerçants…

Le gouvernement appelle les acteurs économiques ***« à réfléchir sur le modèle d'après-crise qui ne pourra plus être le même qu'avant »*****. Cet après, comment l'envisagez-vous ?**
Nous devons nous projeter sur un nouveau modèle de société à une échéance suffisamment lointaine pour ne pas être entachée de considérations partisanes (…). Nous souhaitons aujourd'hui contribuer à la réflexion et à la définition de la Calédonie économique et sociale à l'horizon 2050. Cette ambition et cette vision devront s'appuyer sur des valeurs fortes de respect des hommes et de leur diversité mais aussi sur la préservation de notre environnement proche et global, notamment en matière climatique. Et on ne peut souhaiter qu'une chose, que l'impérieuse nécessité de travailler ensemble, de trouver des solutions ensemble, perdure.

© MARC LE CHELARD/CCI-NC

« LA SOLIDARITÉ EST ESSENTIELLE POUR NOUS PERMETTRE DE LIMITER LES EFFETS DE CETTE CRISE. »

Pour cette nouvelle mandature, vous faites l'expérimentation d'une nouvelle organisation : les commissions ont été abolies pour donner jour à des groupes de travail. Pourquoi ?
Ce nouveau modèle s'inscrit dans une recherche d'efficience et la volonté d'être plus en adéquation avec les problématiques sur lesquelles on doit travailler. Nous avons choisi un mode de fonctionnement plus souple pour pouvoir nous adapter aux attentes des chefs d'entreprises, à leurs modes de fonctionnement et aux problématiques conjoncturelles qui viendraient indubitablement se greffer sur notre fil rouge. On souhaitait pouvoir y répondre sans lourdeur et être en capacité de mettre en place, rapidement, des groupes de travail.

Viva ENVIRONNEMENT

Confiez la gestion des déchets de votre entreprise à des professionnels

PLUS DE 300 ENTREPRISES CLIENTES SUR TOUT LE TERRITOIRE.

Efficace
Un interlocuteur unique pour tous vos déchets.

Economique
Des conseils pour réduire vos coûts.

Sécurisé
Des professionnels qui travaillent en toute sécurité.

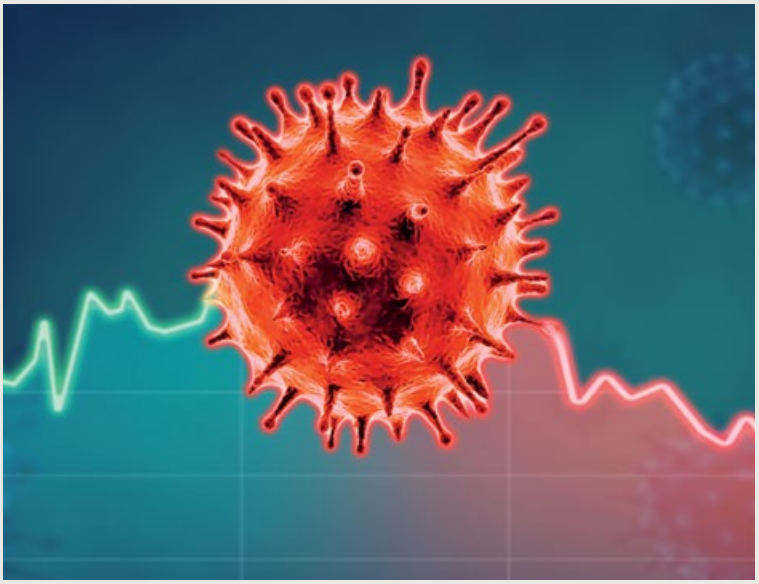
Nos métiers

- Location de contenants (Bacs, Bennes, Compacteurs...)
- Collecte de tous types de déchets (Déchets Industriels banals, Déchets Recyclables, Déchets Dangereux, DASRI...)
- Conseils et assistance technique (Optimisation, Sécurité, Etude de faisabilité....)
- Rapports d'activité (Traçabilité, Données Détaillées, Analyses....)

2 sites d'activités

26 47 57

En Province Sud - Nouméa 41 rue Nobel | En Province Nord - Kaala Gomen Route Territoriale 1 | commercial@vivaenvironnement.nc



PLAN DE SAUVEGARDE DE L'ÉCONOMIE CALÉDONIENNE

En réponse à la crise du Covid-19, qui a conduit au confinement de la population durant quatre semaines et au ralentissement voire à l'arrêt d'une partie de l'activité économique, l'État, le gouvernement et les trois provinces ont œuvré en coordination afin de déployer un arsenal de mesures de soutien aux acteurs économiques calédoniens : chômage partiel renforcé, délais pour les cotisations sociales, délais pour les charges fiscales, report du paiement des factures, mesures des banques, aides des provinces, médiation du crédit, mesures d'ordre social, mesures de l'État… L'ensemble des aides et des dispositions prises en faveur des acteurs économiques du Territoire sont consultables et téléchargeables sur le site :
https://gouv.nc/info-coronavirus-covid-19/infos-economie

76 MILLIONS DE FRANCS CFP POUR LE SECTEUR CULTUREL

Déjà en proie à de drastiques restrictions budgétaires, le secteur culturel doit aujourd'hui faire face aux effets du Covid-19. Le haut-commissariat de la République a tenu à affirmer, par le biais d'un communiqué, son soutien aux professionnels locaux engagés dans la création artistique en avançant le paiement de 76 millions de francs CFP de subventions afin « *de compenser la perte de revenus induite par l'annulation ou le report des projets artistiques et culturels (…). La Mission aux affaires culturelles a engagé plus de la moitié de son budget d'intervention de l'année 2020 durant la période de confinement afin de soutenir les acteurs les plus fragiles de la filière culturelle locale.* »
L'engagement des subventions aux associations, ainsi qu'aux artistes patentés, « *vise à consolider les projets de création en cours* ». Au total, 56 projets culturels sont concernés, portés par 31 structures de la filière culturelle calédonienne.

ADIE : 88 % DES CLIENTS IMPACTÉS ET PLUS DE 59 % EN DÉTRESSE

Depuis le 23 mars, l'activité de l'Association pour le droit à l'initiative économique (ADIE), qui accompagne et finance des créateurs d'entreprises n'ayant pas accès au crédit bancaire, s'est concrétisée par des milliers d'appels, par le report sans frais du capital et des intérêts de 510 échéances et par l'octroi de 69 prêts d'urgence. Sur les seules trois premières semaines du mois d'avril, les collaborateurs de l'ADIE ont accompagné 511 entrepreneurs dans l'accès aux mesures prises par l'État, le gouvernement, les Provinces et certaines communes. L'une des demandes d'accompagnement récurrentes concerne l'accessibilité aux aides. Parmi les milliers d'entrepreneurs contactés, 75 % indiquent ne pas avoir sollicité de mesures d'aides pour les motifs suivants : 33 % ne les connaissent pas et 28 % ne savent pas comment y accéder.

ACHETER MALIN !

Évoquée à la sortie de l'encadrement des prix lié à la TGC, l'application prix.nc est opérationnelle. Téléchargeable gratuitement sur les smartphones (Android et Apple), 380 magasins du Territoire y sont inventoriés soit 100 000 références de produits et 900 marques. L'objectif est triple, permettre aux consommateurs de comparer les prix en vigueur et gagner en pouvoir d'achat tout en stimulant la concurrence. Une appli qui tombe à pic en cette période exceptionnelle de crise qui a vu une flambée des prix dans certaines enseignes. Pilotée par la Direction des affaires économiques, une enquête de l'Observatoire des prix et des marges a été lancée sur l'évolution des prix en Nouvelle-Calédonie pendant la période de confinement. http://prix.nc

ÇA VA VOUS CHANGER !
PRÊT CONSO
Grande Vitesse
ACCORD SOUS 24h
FONDS SOUS 8jrs
+ d'info au 256 990
coût d'un appel local
Accord sous 24h : Offre soumise à conditions - veuillez nous contacter pour plus de détails
Fonds sous 8 jours : Mise à disposition des fonds dès le 8e jour suivant l'acceptation de l'offre de crédit, sur demande
UN CRÉDIT VOUS ENGAGE ET DOIT ÊTRE REMBOURSÉ VÉRIFIEZ VOS CAPACITÉS DE REMBOURSEMENT AVANT DE VOUS ENGAGER
BANQUE CALÉDONIENNE D'INVESTISSEMENT | SAEM au capital de 15 milliards XPF - Siège social : 54, avenue de la Victoire – BP K5 – Nouméa Cedex
Tél. 25 65 65 – Fax (687) 27 40 35 - RCS Nouméa 56 B 015 479 – Ridet n°0 015 479 001 – RIAS NC170007 voir RIAS.NC
BCI
Groupe BRED
www.bci.nc
ENSEMBLE, VOIR PLUS LOIN

OSE TA BOÎTE !

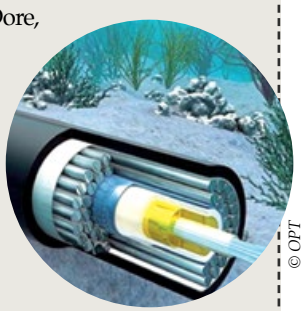
Concept inédit, *Ose ta boîte* est un jeu télévisé sur le thème de la création d'entreprise. Conçue comme une aventure humaine, cette émission de huit épisodes rappelle les réalités du monde de l'entreprise dans un esprit convivial. Le principe ? Les candidats sont testés dans des épreuves collectives, destinées à révéler leurs compétences (leadership, capacité à s'adapter à toutes les situations, à prendre des risques…) et individuelles qui les confronteront aux difficultés des entrepreneurs dans la vie réelle ! Ludiques et éducatives, ces épreuves tournées dans les rues de Nouméa, en brousse, en tribu ou dans les locaux d'une société, permettront, en prime, aux téléspectateurs de voyager sur le Caillou. Sur la vingtaine de candidats présélectionnés sur dossier en fonction de la qualité et l'originalité de leur projet, seule une dizaine sera retenue à l'issue d'un entretien avec un jury composé de quatre personnalités du monde économique local. À la clé pour le vainqueur, un million de francs CFP pour lancer son entreprise. À suivre le vendredi, à 20 heures sur NC 1ère.

LE JURY EST COMPOSÉ DE BETTY LEVANQUÉ, PAUL NEKOENG, ELISABETH RIVIÈRE ET PIERRE KOLB.

LE SECOND CÂBLE SOUS-MARIN… DANS LES TUYAUX

Le projet du second câble sous-marin porté par l'OPT vient de franchir une étape importante avec l'attribution du marché (fourniture et pose) à la société Alcatel Submarine Network pour un montant de 4,47 milliards de francs CFP *. Objectif : sécuriser l'alimentation Internet internationale et domestique. Ce 2e câble sous-marin international, à destination de Fidji, viendra donc s'ajouter au Gondwana, qui relie déjà Nouméa à Sydney depuis 2008. La sécurisation du transport domestique sera assurée par le déploiement d'un câble (Picot 2) raccordant le sud de la Grande Terre (Nouméa, Mont-Dore, Yaté) à l'île des Pins puis Maré et Lifou. Ce câble, qui permettra le développement du très haut débit fixe et mobile sur l'île des Pins, Maré et le sud de la Grande Terre actuellement raccordés avec des faisceaux hertziens, viendra boucler le câble Picot 1, qui relie Poindimié, Ouvéa et Lifou depuis 2008. La durée des travaux devrait s'échelonner sur cinq ans.

*3,2 milliards de francs CFP (sécurisation internationale vers Fidji) et 1,25 milliard de francs CFP (sécurisation domestique).



© OPT

FABRICATION DE MASQUES NORMÉS : LA FILIÈRE LOCALE S'ORGANISE

Malgré son faible impact sanitaire mais face à la menace d'une épidémie de Covid-19 en Nouvelle-Calédonie, le gouvernement prend les devants et accompagne, en partenariat avec la CCI, la CMA et la FINC, la structuration d'une filière locale de production de masques en tissu, normés et à usage non sanitaire (UNS2), répondant à un cahier des charges élaboré par la DASS et basé sur les exigences de la norme AFNOR SPEC S76-001. À ce jour, 10 000 masques ont déjà été réalisés par un groupement d'artisans et d'industriels locaux. À terme, l'objectif est de produire 1,5 million de masques lavables soit l'équivalent de 6 pièces par personne.

NOMINATION : JULIE LARONDE À LA TÊTE DE NCTPS

© NCTPS

Julie Laronde a pris ses nouvelles fonctions de directrice de Nouvelle-Calédonie Tourisme Point Sud, début avril. Directrice adjointe depuis 2010, cette promotion interne intervient dans le contexte particulier lié au Covid-19. Pour accompagner ce changement, NCTPS se renforce par de nouvelles directions (administrative et financière, communication) et l'embauche d'un coordinateur Destination Province Sud en charge du projet de regroupement de ses offices de tourisme en une seule entité autonome. Le premier challenge à relever, et pas des moindres, en cette période de crise et d'incertitude, sera d'élaborer et de mener à terme des plans de relance d'envergure, pour assurer une reprise du tourisme en travaillant conjointement avec tous les acteurs touristiques. Après six ans de croissance (+17,5 % de touristes internationaux depuis 2013), le tourisme calédonien subit sans doute la pire crise de son histoire.

TOUTE LA VIE DU CONGRÈS EST ACCESSIBLE EN UN CLIC !

- Débats et séances publiques retransmis en direct sur You Tube
- L'histoire de l'institution en images
- Comment ça marche ? Tout comprendre du processus d'adoption des lois
- L'actualité du congrès sur Facebook

CONGRÈS
DE LA NOUVELLE-CALÉDONIE

WWW.CONGRES.NC — CONGRÈS DE LA NOUVELLE-CALÉDONIE — DÉBATS EN DIRECT

1, Boulevard Vauban — BP P3 — 98851 Nouméa Cedex — Nouvelle-Calédonie — Tél. : (687) 27 09 43 — Mail : sg@congres.nc

Appel local GRATUIT 05 20 14

DU 4 MAI AU 13 JUIN 2020

SUWEEKEND

CITROËN

CITROËN C3 AIRCROSS
À PARTIR DE
39 900 F /MOIS*

CITROËN C5 AIRCROSS
À PARTIR DE
49 900 F /MOIS*

CONTRAT D'ENTRETIEN ET EXTENSION DE GARANTIE OFFERTS PENDANT 5 ANS

*Offre valable en LLD de 60 mois sur le modèle C3 AIRCROSS 1.2 82CV BVM FEEL au prix de vente spécial de 2 400 609 F TTC clé en main, incluant : extension de garantie et entretien** pendant toute la durée du contrat, écotaxe, carte grise et TGC, pour 10 000 kms par an et 10F du kilomètre supplémentaire. Coût total de la location de 2 394 000F, soit 60 loyers de 39 900 F, hors assurances, avec restitution du véhicule à la fin du contrat de location. Frais de dossier de 18 300 F TTC en sus. Offre réservée aux particuliers, valable jusqu'au 13/06/2020, sous réserve d'acceptation du dossier par LOCAUTO. **Révision, vidange, filtration et lubrifiants. *Offre valable en LLD de 60 mois sur le modèle C5 AIRCROSS 1.2 130CV BVM FEEL au prix de vente spécial de 3 332 209 F TTC clé en main, incluant : extension de garantie et entretien** pendant toute la durée du contrat, écotaxe, carte grise et TGC, pour 10 000 kms par an et 10F du kilomètre supplémentaire. Coût total de la location de 2 994 000F, soit 60 loyers de 49 900 F, hors assurances, avec restitution du véhicule à la fin du contrat de location. Frais de dossier de 18 300 F TTC en sus. Offre réservée aux particuliers, valable jusqu'au 13/06/2020, sous réserve d'acceptation du dossier par LOCAUTO. **Révision, vidange, filtration et lubrifiants. **Construisons notre pays, économisons l'énergie.**

ALMAMETO AUTOMOBILES Tél. : 41 40 70

citroen.nc

Pet business
Un marché au poil ?

PORTÉ PAR L'INDUSTRIE DU PET FOOD, LE MARCHÉ DES ANIMAUX DOMESTIQUES BÉNÉFICIE AUX ACTEURS LOCAUX QUI RIVALISENT D'IMAGINATION, D'OFFRES ET DE SERVICES POUR EXPLOITER LE FILON. COUP DE PROJECTEUR SUR CES MARCHÉS DE NICHES.

Par *Nathalie Vermorel*

PEU OU PAS DE CHIFFRES EXISTENT SUR LA POPULATION CANINE ET FÉLINE QUE COMPTE LE TERRITOIRE, NI SUR LE TAUX DE DÉTENTION D'ANIMAUX PAR FOYER, MAIS LES PROFESSIONNELS AVANCENT UN VIVIER DE 100 000 CONSOMMATEURS POTENTIELS, SOIT UN FOYER SUR TROIS QUI POSSÈDERAIT UN CHIEN OU UN CHAT. SEULE CERTITUDE, L'ATTACHEMENT DES MAÎTRES À LEURS COMPAGNONS À QUATRE PATTES PROFITE AU SECTEUR ET SUSCITE SON LOT D'APPÉTENCES. ANIMALERIES, PENSIONS POUR CHIENS ET/OU CHATS, COMPORTEMENTALISTES, ÉDUCATEURS, DOG SITTERS, SALONS DE TOILETTAGE, DRIVE-IN, CRÉMATORIUM… LES PRESTATIONS ET LES SERVICES LIÉS AUX ANIMAUX DOMESTIQUES ATTISENT LA CONVOITISE DE PROFESSIONNELS QUI, FLAIRANT D'APPÉTISSANTES OPPORTUNITÉS, JOUENT LA CARTE DE L'INNOVATION POUR SE DIFFÉRENCIER DE LA CONCURRENCE.

P. 20 L'alléchant marché du pet food

P. 22 Pet business… un marché de niches

P. 26 Au chevet des animaux

L'alléchant marché du pet food

TENDANCES

DOMINÉ PAR L'IMPORT, QUI REPRÉSENTE PLUSIEURS MILLIERS DE TONNES ANNUELLES, LE MARCHÉ DU PET FOOD EST SEGMENTÉ EN DEUX FAMILLES DE PRODUITS, LES ALIMENTS SECS ET HUMIDES. IL CONCENTRE LE PLUS GROS DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES DÉPENSES DÉDIÉES AUX CHIENS ET AUX CHATS.

Chaque année, plusieurs milliers de tonnes d'aliments pour chiens et chats conditionnés pour la vente au détail sont importées sur le Territoire pour un montant qui s'élève à plusieurs centaines de millions de francs. Premier fournisseur, la France représente le plus gros du marché, loin devant les pays d'Europe et nos voisins, l'Australie et la Nouvelle-Zélande. Segmenté en deux familles de produits, les aliments secs (croquettes), en plein essor grâce à leur côté pratique et leur coût, et les aliments humides (gelées et pâtées), le marché du pet food réalise le plus gros du chiffre d'affaires des dépenses consacrées aux chiens et aux chats, caracolant en tête des ventes du marché en termes de volumes et en chiffre généré. Terminée l'époque où les animaux de compagnie étaient nourris avec les restes des repas, nos compagnons à quatre pattes disposent aujourd'hui de plusieurs milliers de références. Dominé par deux mastodontes, Nestlé (Friskies, Fido, Purina One…) et Mars (Pedigree, Sheba, Whiskas…) qui inondent les rayons de nos grandes et moyennes surfaces (GSM), les magasins spécialisés (animaleries), les coopératives agricoles, les jardineries, les détaillants… et autour desquels fourmillent une multitude d'autres acteurs, le marché du pet food ne connaît pas (encore ?) la crise. *« Le potentiel de croissance est très fort »*, souligne Franck Dumas, gérant de Royal Import Distribution, qui distribue la marque Royal Canin sur le Territoire, évoquant *« un marché varié, qui*

▼DANS LES GAMELLES

En Calédonie, le budget alimentation moyen pour un chien s'élève à 5 000 francs/mois contre 1 500 francs/mois pour un chat.

« Le chien est un client intransigeant. Si on fait n'importe quoi, il boudera sa gamelle. »

Jean-Louis Chotan, responsable de la provenderie de Saint-Vincent.

cristallise plusieurs intervenants. Un marché en progression en termes de volumes mais pas forcément en qualité. Ainsi, constate-il, *on note une dégradation vers le bas de gamme, un déplacement des habitudes de consommation vers le premier prix, la promotion. »* Une tendance, selon lui, liée *« à la crise économique »* dans laquelle le Caillou est enlisé depuis quelques années déjà.

DES STRATÉGIES HYPER-SEGMENTÉES

Des croquettes premiers prix aux produits de luxe, le florissant marché du pet food conduit les fabricants à rivaliser d'ingéniosité pour séduire les propriétaires d'animaux. Pour s'imposer sur ce marché juteux, les industriels, qui ont bien saisi l'impact de « l'affect » et l'importance du marketing dans la réussite de leurs marques et leurs produits, misent sur un arsenal de stratégies hyper-segmentées (âge de l'animal, gabarit, spécificité, race…), une tendance à la premiumisation (gammes de luxe), au snacking et plus récemment à la naturalisation, avec une offre de produits bio. Rien que chez Royal Canin, près de 200 produits sont référencés sur le Territoire, déclinés et distribués sous deux gammes, elles-mêmes divisées en trois sous-gammes - thérapeutique, physiologique et Breed (spécifiques aux races) - dont l'une est réservée au circuit des vétérinaires, son principal canal de distribution, et l'autre destinée aux animaleries/jardineries. *« Volontairement absents de la grande distribution (qui importe aussi ses propres marques), nous captons également une petite niche avec les institutions, l'armée, la gendarmerie (…) qui disposent de brigades canines, des éleveurs et des clubs canins »*, détaille Franck Dumas.

20 À 25 % DE PARTS DE MARCHÉ

Flairant d'alléchantes opportunités, deux industriels locaux ont investi le créneau depuis une dizaine d'années. À ce jour, deux entités surfent sur ce segment de marché. Créée en 2009, la société Pacific Pet Food s'est positionnée sur la fabrication d'aliments secs pour chiens et chats, à partir de matières premières achetées au provendier local Le Moulin de Saint-Vincent, qu'elle commercialise sous la marque Crokiss. Autre acteur, Le Moulin de Saint-Vincent, l'une des branches du groupe industriel Saint-Vincent, qui s'est diversifiée en 2010, ajoutant à son unité de fabrication d'aliments pour animaux (crevettes, volailles, porcs, autruches, escargots…) une ligne de production spécifique à la fabrication de croquettes pour chiens. Montant de l'investissement : 170 millions de francs supportés, en partie, par la défiscalisation nationale. *« Un choix stratégique puisque nous produisions déjà la matière première, en l'occurrence les farines. Cette diversification nous a permis d'optimiser notre outil de production »*, assure Yves Jean-Baptiste, directeur général du groupe Saint-Vincent.

▲ AU MOULIN DE SAINT-VINCENT, UNE LIGNE DE PRODUCTION, ÉQUIPÉE D'UNE EXTRUDEUSE, EST DÉDIÉE À LA FABRICATION DE CROQUETTES POUR CHIENS. UN DOCK EST EN COURS D'AGRANDISSEMENT AFIN D'ENTREPOSER L'ÉQUIVALENT D'UN MOIS DE STOCK CONTRE 15 JOURS ACTUELLEMENT.

Environ 5 tonnes de croquettes y sont fabriquées chaque jour, portant à plus 1 000 tonnes annuelles le volume glolal de la production qui draine aujourd'hui 20 à 25 % de parts de marché. Deux marques sont commercialisées sous 16 références, dont l'une (Wolpy) sous la licence d'une grande marque française (InVivo) *« ce qui nous permet de bénéficier d'un savoir-faire reconnu tout en nous obligeant à respecter une certaine qualité »*, écoulée dans les grandes surfaces, les magasins spécialisés, les quincailleries (notamment en brousse), les détaillants… Le groupe a également développé sa propre marque « Déliss'», commercialisée en exclusivité chez l'enseigne Cheval Distribution.

CHIFFRES CLÉS DU MARCHÉ FRANÇAIS

- Les Français possèdent 61,6 millions d'animaux domestiques
- Un quart des foyers français possède un chien et 27 % un chat
- Le pet business représente 4,5 milliards d'euros
- Le marché représente 20 000 emplois directs et induits

Pet business... un marché de niches

ZOOM

LES PRESTATIONS ET LES SERVICES LIÉS AUX ANIMAUX DOMESTIQUES ATTISENT LA CONVOITISE DES PROFESSIONNELS QUI SURFENT SUR CES MARCHÉS DE NICHES, MISANT SUR LE CARACTÈRE INNOVANT POUR SE DIFFÉRENCIER DE LA CONCURRENCE. COUP DE PROJECTEUR.

Bien qu'affecté par la crise économique que le Covid-19 est venu renforcer, le business des animaux bénéficie aux acteurs qui rivalisent d'imagination, d'offres et de services à l'attention d'une cible essentiellement urbaine. Mais pas que. Un filon sur lequel surfent, en premier lieu, les animaleries, dont le nombre était, en début d'année, en légère croissance. Plus d'une dizaine d'entités se partagent actuellement le marché, sans compter les entreprises qui s'inscrivent sur ce créneau en développant

▶ CHEZ ANIM'ALL, LA FRÉQUENTATION DU DRIVE-IN A EXPLOSÉ DURANT LE CONFINEMENT DE LA POPULATION.

« Le business des animaux bénéficie aux acteurs qui rivalisent d'imagination. »

des linéaires. « *S'il a toujours été concurrentiel, le marché s'est considérablement durci ces dernières années. On observe, aujourd'hui, une vraie compétition entre les différents acteurs* », souligne Guillaume La Selve, gérant de l'enseigne Cheval Distribution, poids lourd du secteur sur le Caillou, qui s'apprête à ouvrir un second magasin aux Jardins d'Apogoti, complexe qui comprendra deux étages de commerces. Dans son magasin « historique » de Nouméa, où la production locale de croquettes représente une part importante du chiffre d'affaires, sont notamment commercialisés une vaste palette d'aliments secs (croquettes) répondant aux besoins physiologiques des chiens et des chats aux différents stades de leur vie, des aliments humides (pâtées et gelées) mais aussi des produits d'hygiène et de soins, des litières ainsi qu'une importante gamme d'accessoires (paniers, cages de transport, griffoirs, arbres à chat, laisses, colliers…) et de jouets.

DRIVE-IN À KENU-IN

Les choses bougent sur ce segment de marché où les acteurs se livrent bataille pour gagner du chiffre d'affaires. Les professionnels ont bien compris l'impérieuse nécessité de trouver des stratégies offensives pour se démarquer de la concurrence. Parmi les récents arrivés sur la place, l'enseigne Anim'all a choisi de jouer la carte de la différenciation avec la mise en place d'un « drive-in », un service de commande au volant qui permet à la clientèle, dès l'achat d'un sac de croquettes de 12 kilos (minimum) et plus, d'être servie sans descendre de son véhicule. L'objectif ? « *Il est double*, répond le gérant Grégoire Richard, également à la tête d'Animaux and Co et Agri Import. *Il s'agit de faciliter la vie de nos clients en leur faisant gagner du temps tout en leur évitant de porter de lourdes charges.* » Plus d'une soixantaine de références de croquettes pour chiens, chats, chevaux et animaux de >>

REPOS ÉTERNEL

Au Repos des lacs, crématorium situé à la Tamoa, qui propose des incinérations individuelles et collectives (entre 22 000 et 37 000 francs hors taxe), plus de 60 % du chiffre d'affaires de cette entreprise familiale, qui travaille avec les cliniques vétérinaires, provient de particuliers : une dizaine d'incinérations individuelles, principalement des chiens et des chats, sont ainsi pratiquées chaque semaine par la société qui assure les prestations de base (enlèvement du corps chez les vétérinaires, funérarium…). L'entreprise collabore également, de façon occasionnelle, avec le parc forestier et la SPANC. Elle prend également en charge les incinérations de la fourrière intercommunale. Les gérants ont en projet la création d'une salle de veille qui pourrait voir le jour d'ici deux ans.

<< basse-cour y sont d'ores et déjà disponibles. « *En rodage* » depuis sa mise en service en décembre dernier, avec une moyenne de six véhicules par jour, le drive-in a connu une montée en puissance durant la période de confinement de la population, enregistrant, chaque jour, une cinquantaine de passages. De nouvelles habitudes d'achat qui perdurent aujourd'hui.

« Les professionnels se livrent bataille pour gagner du chiffre d'affaires. »

Dans le magasin, qui frôle les 300 m² et emploie une dizaine de salariés, l'équipe a fait de la proximité, de l'écoute et des conseils « *sa marque de fabrique* » et mise « *sur l'éducation positive* » en commercialisant, en marge de l'alimentation, une centaine de jeux éducatifs pour chiens. Ici, l'innovation se joue jusque dans les gamelles : des friandises sont vendues en vrac. Le concept séduit, visiblement. « *Le statut de l'animal de compagnie a énormément changé. Aujourd'hui, il fait partie de la famille et les propriétaires ne boudent pas les achats plaisirs* », assure Grégoire Richard.

UN CONCEPT « TROIS-EN-UN »

Autres acteurs incontournables de la scène, les salons de toilettage. Ils sont une poignée, concentrés sur Nouméa et son agglomération, à exercer, des professionnels patentés pour beaucoup, qui ont fait de leur passion pour les animaux leur métier et jouent du coude pour tirer leur épingle du jeu. Située à Boulari, « Ma boutique animaux » propose un concept « trois-en-un ». Dans l'arrière-boutique de cette animalerie qui commercialise accessoires et jouets, un salon de toilettage accueille les boules de tous poils. Là, les maîtres ont le choix entre un toilettage classique (bain, démêlage, tonte, coupe des griffes…) avec la toiletteuse Gladys Bernard, moyennant 7 000 francs en moyenne, ou l'accès, depuis 2018, à un « caniwash », sorte de laverie en libre-service. Le principe ? « *On propose aux propriétaires de bichonner eux-mêmes leur animal dans notre espace dédié, avec baignoire électrique, cabine de séchage, produits et matériel de toilettage* », explique la toiletteuse. Moins onéreux, il faut compter entre 1 200 et 2 000 francs selon la taille du chien, le concept compte son lot d'habitués. Un site de vente en ligne, qui propose près de 2 500 références (accessoires,

TOILETTAGE AMBULANT

Depuis une vingtaine d'années, Christophe Manzanares sillonne Nouméa et son agglomération pour bichonner les toutous d'une clientèle d'habitués. C'est à bord de sa « Pooch mobile » que ce chef d'entreprise a installé son salon de toilettage itinérant qui dispose de tout le nécessaire de beauté pour canidés : des brosses, des shampoings et une baignoire alimentée en eau chaude. Une formule qui séduit les particuliers, pour l'essentiel, et une poignée de professionnels (pensions pour chiens). Le toiletteur voit de multiples avantages à la mobilité. « *Les animaux restent dans leur environnement, ils sont moins stressés donc plus en confiance. Pour le client, qui n'a pas à s'organiser pour déposer puis récupérer son animal, c'est du confort supplémentaire.* » Différentes formules sont proposées aux propriétaires, qui vont du simple lavage à la tonte pour des tarifs compris entre 3 500 et 7 000 francs. Dynamique, l'activité génère un chiffre d'affaires « *en croissance* » mais reste néanmoins soumise à une forte saisonnalité. Le pic d'activité se situe en saison chaude (novembre à mars) où le nombre d'interventions peut grimper jusqu'à dix par jour.

jouets, alimentation…) vient compléter l'offre, avec livraison à la clé. Un *« plus »* qui touche une clientèle urbaine et broussarde. Si l'activité se répartit de façon égale, le volet toilettage *« qui a eu du mal à démarrer à ses débuts »*, connaît aujourd'hui un nouveau souffle face à une demande croissante des Mondoriens.

▶ *« LES PROMENADES REPRÉSENTENT PRÈS DE 90 % DE L'ACTIVITÉ »* INDIQUE ANNE LE GALL, CO-GÉRANTE DE LA SOCIÉTÉ VIPETS

FACILITER LA VIE DES MAÎTRES

La popularité des animaux de compagnie pousse les entreprises du secteur à proposer des offres et des services de plus en plus en adéquation avec la demande des propriétaires. Faciliter la vie des maîtres, de surcroît celle de leurs compagnons à quatre pattes, contribue à développer tout un pan de l'économie calédonienne. Sur le Caillou, une dizaine de pensions pour chiens et chats, concentrées pour l'essentiel à Païta et Dumbéa, espace et tranquillité obligent, s'efforcent de répondre à une demande de particuliers confrontés aux problèmes de garde durant leur absence. D'une capacité d'accueil d'une soixantaine de chiens et d'une trentaine de chats, de façon individuelle ou collective, la pension « Le bonheur est dans le pré » tourne habituellement à plein régime. Soumis à une saisonnalité, son carnet de réservation affiche complet six mois avant la période des grandes vacances d'été, c'est dire ! 90 % de l'activité, donc du chiffre d'affaires de cette structure hôtelière qui emploie deux salariés, relève des départs en vacances mais sa gérante, Nathalie Chiaraviglio, avance d'autres raisons personnelles (problème de santé, déménagement, séparation…) qui incitent les propriétaires à faire appel à ses services. Si la pension génère du chiffre, il faut compter entre 1 300 à 1 800 francs par jour selon la taille du chien et 1 000 francs pour un chat (nourriture comprise), elle doit également faire face à des charges importantes et une somme de travail conséquente. *« Impossible de faire ce métier sans être passionnée car on doit être d'attaque 24h/24 et 7 jours/7. »* La crise du Covid-19, qui a conduit à la fermeture des frontières, a eu son effet sur l'activité : durant les vacances de Pâques, la pension comptait cinq pensionnaires contre une soixantaine initialement prévus. Pour Nathalie Chiaraviglio et ses pairs, l'année s'annonce difficile. Elle mise sur le tourisme local pour maintenir son activité.

PROFESSION : DOG SITTER

D'autres solutions « alternatives » de garde émergent sur le Territoire sous la forme de visites à domicile. *« Ainsi, l'animal n'est pas dépaysé, il reste dans son environnement quotidien »*, soulignent d'une même voix Anne Le Gall et Lisa Dalli, co-gérantes de la société Vipets, plus connue sous le nom de « Je sors sans mon maître », qui propose de nourrir et câliner, durant l'absence des propriétaires, chats et chiens, à partir de 1 500 francs les 30 minutes. Seule différence, la durée qui pourra s'échelonner jusqu'à 30 jours pour les chats mais n'excédera pas 4 jours pour les chiens qui pourront aussi être promenés. Passionnées par les animaux de tous poils, toutes deux ont fait des services animaliers leur fond de commerce : promenades, taxis animaliers à bord de deux « dog mobiles » équipées pour transporter les animaux en toute sécurité, livraison de croquettes, visites à domicile et plus récemment les randonnées (3 500 francs les 3 heures) sont venues étoffer un carnet d'activités bien rempli. En tête de liste, les promenades (à partir de 1 900 francs les 45 minutes) par groupes (de 4 à 10 chiens) pour favoriser leur sociabilisation, représentent près de 90 % de l'activité et séduisent une clientèle principalement d'actifs, concentrée à 70 % sur Nouméa. Avec une centaine de clients dans leur portefeuille, dont certains sont *« des habitués de longue date »*, la demande est constante. Bref, le pet business ne connaît pas (encore) la crise !

« Faciliter la vie des maîtres contribue à développer tout un pan de l'économie. »

MISE EN RELATION DE PARTICULIERS

Flairant le bon filon, des sites Internet de gardes d'animaux à domicile ont vu le jour en métropole qui mettent en relation des particuliers, propriétaires et pet sitters. Une solution au coût moins élevé que les pensions traditionnelles puisque la facture est divisée en deux : un abonnement payé au site de pet sitting et un forfait de garde directement acquitté par le propriétaire au pet sitter. D'autres sites proposent une version « home sitting », solution disponible sur le Territoire via « partir tranquille.com », qui présente aux propriétaires le double avantage *« de faire garder leur habitation et leurs animaux en France et dans les DOM-TOM »* et aux home sitters *« de découvrir de nouvelles régions et de voyager à moindre frais, tout en rendant service »*. Là aussi, la facture est divisée en deux : des forfaits journaliers sont proposés aux propriétaires et aux home sitters, versés directement à l'organisme.

▼ VÉTÉRINAIRE DEPUIS 35 ANS, ÉRIC LECONTE EXERCE SUR LE TERRITOIRE DEPUIS UNE VINGTAINE D'ANNÉES.

Au chevet des animaux

RENCONTRE

MAILLON INDISPENSABLE, LES VÉTÉRINAIRES OCCUPENT UNE PLACE PRÉPONDÉRANTE AUPRÈS DES PROPRIÉTAIRES D'ANIMAUX… AU MÊME TITRE QUE LES MÉDECINS DE FAMILLE.

À la clinique de l'Hippocampe, où 99 % de la clientèle est composée de chiens et de chats et, de façon plus anecdotique, de lapins, de chèvres, de cochons d'Inde, de poules, de cerfs ou de roussettes… l'activité est prononcée. Avec une moyenne de 30 à 35 encaissements journaliers (ventes au comptoir et consultations confondues), le cabinet que partage Éric Leconte avec trois autres confrères tourne « *plutôt bien* » malgré un ralentissement de l'activité observé depuis quelques années. « *On a connu plus de dynamisme. Mais ça, c'était avant la crise. Depuis 2015, on note un resserrement du marché. Les propriétaires d'animaux ont moins d'argent, ils négocient les tarifs, demandent des devis, font le tour des cliniques pour comparer les prix, quitte à être moins exigeants sur la qualité des soins. Autre facteur, le nombre important de vétérinaires exerçant à Nouméa par rapport au bassin d'activité, qui tend le marché. À cela vient dorénavant se greffer la crise économique liée au Covid-19, qui a et va obligatoirement impacter notre activité.* »

« Faire l'économie de la qualité n'est pas un bon calcul. »

PRÉVENTION, SOINS ET VENTE AU COMPTOIR

Dans cette clinique du 6e km, l'activité se répartit à part sensiblement égale entre les soins (consultations au cabinet ou à domicile), la prévention des maladies (vaccins, vermifuges, anti parasitaires externes…), la chirurgie et les urgences qui représentent 80 % du chiffre d'affaires. La vente au comptoir (parapharmacie, alimentation et accessoires) se maintient fébrilement à 20 %. « *Les ventes de croquettes ont largement baissé ces dernières années*, indique ce vétérinaire qui avance deux principaux facteurs, « *la forte concurrence des animaleries conjuguée au souci d'économie des propriétaires* ». Pourtant, les professionnels sont unanimes,

« Depuis 2015, on note un resserrement du marché. »

la prévention passe, aussi et surtout, par une bonne alimentation. Pour Éric Leconte, *« choisir la qualité s'inscrit dans une stratégie de prise en charge globale de l'animal. Faire son économie n'est pas un bon calcul pour le porte-monnaie. »* À l'image des autres cliniques du Territoire, il privilégie et commercialise des croquettes diététiques, physiologiques et/ou spécifiques qui correspondent à des pathologies bien précises (diabète, insuffisance rénale, problèmes gastriques…) et ne peuvent être distribuées ailleurs que chez les professionnels.

DES COÛTS DE FONCTIONNEMENT ÉLEVÉS

Aux petits soins pour nos compagnons à poils et à plumes, ces professionnels de la santé sont également des entrepreneurs qui doivent amortir d'importants investissements en termes de matériel et de formation, avec 7 à 10 années d'études selon le degré de spécialisation. Il faut compter entre 20 à 30 millions de francs d'investissement pour pouvoir proposer une gamme de soins complets (chirurgie, hospitalisation, urgences, suivi échographique, dentisterie...). À cela, s'ajoutent des coûts de fonctionnement onéreux, qui correspondent en moyenne à 70 % du montant des prestations, et expliquent en partie le prix élevé payé par les propriétaires d'animaux. S'il n'existe pas de grille tarifaire sur laquelle les vétérinaires peuvent s'aligner, occasionnant ainsi une variation de tarifs en fonction des traitements administrés, on observe quand même une certaine constance dans les soins les plus courants. Pour une bonne médicalisation, il faut compter en moyenne 2 500 à 6 000 francs par mois selon la taille du chien et environ 2 000 francs par mois pour un chat (hors accident, urgence et nourriture).

Afin de pouvoir investir dans du matériel performant et amortir les coûts, Éric Leconte a fait le choix de s'associer avec d'autres confrères, ce qui leur permet *« de proposer un service d'urgence 24h/24 et 7j/7, des horaires élargis, de nouveaux services et s'assurer d'une relève »*. Les trois associés, qui possèdent deux cliniques (Hippocampe et Diet Vet) et emploient une dizaine de salariés, s'apprêtent à ouvrir un 3e cabinet, courant juillet, au complexe Plaza Apogoti (Dumbéa) qui permettra d'offrir des services de proximité (vaccination, stérilisation et petite chirurgie) aux propriétaires de la zone.

Se réinventer pour ne pas périr

COVID-19 OBLIGE, LE CONFINEMENT DE LA POPULATION ET LA SUSPENSION DES ACTIVITÉS COMMERCIALES ET DES SERVICES IMPLIQUANT UN CONTACT AVEC LA CLIENTÈLE (SAUF EXCEPTIONS) SONT VENUS BROUILLER LES CARTES D'UNE ÉCONOMIE DÉJÀ MISE À MAL.

Par *Nathalie Vermorel*

FACE À CETTE SITUATION SANS PRÉCÉDENT, LES PROFESSIONNELS CONTRAINTS DE FERMER BOUTIQUE ONT DÛ S'ADAPTER ET CHANGER DE STRATÉGIE AU PIED LEVÉ AFIN D'ASSURER, A MINIMA, UNE CONTINUITÉ DE LEURS ACTIVITÉS ET DES SERVICES À LA POPULATION.

Commandes en ligne, drive-in, ventes à emporter, lancement de plateformes en ligne, livraisons à domicile… La pandémie sanitaire, qui a nécessité la mise en confinement de la population calédonienne durant plusieurs semaines et la suspension de toutes les activités commerciales et les services impliquant un contact avec la clientèle (hormis ceux figurant sur la liste établie conjointement par le gouvernement et le haussariat), a conduit tous les professionnels qui le pouvaient - commerçants, restaurateurs, artisans, producteurs... - à se (ré)organiser pour s'adapter à une situation d'une exceptionnelle gravité dont les impacts, sur une économie locale déjà fortement fragilisée, s'annoncent d'ores et déjà conséquents.

LIMITER LA CASSE

C'est l'un des effets collatéraux de la pandémie : les clients ont déserté les snacks, les restaurants, les marchés, les boutiques et les commerces, contraignant les gérants à trouver des « parades » pour tenter de limiter la casse et éviter la case « dépôt de bilan ». Les initiatives se sont multipliées afin de favoriser l'écoulement des stocks et le maintien de l'activité pour sauver les emplois lorsque c'était (encore) possible mais aussi répondre au mieux aux besoins d'une partie de la population qui s'est détournée des achats « en milieu fermé » au profit de courses en ligne avec livraison à domicile à la clé. Pour beaucoup, les professionnels ont dû réinventer leurs offres et changer

« COMMENT PRODUIRE ET VENDRE DURANT CETTE PÉRIODE COMPLIQUÉE ? »

« TOUT L'ENJEU A ÉTÉ DE RÉPONDRE À UNE SITUATION D'URGENCE. »

de stratégie au pied levé afin d'assurer une continuité de leurs activités et des services à la population. « *Comme de nombreux autres acteurs du tissu économique local, les commerçants ont dû faire face à une situation sans précédent, c'est-à-dire composer avec la fermeture de leur boutique, et rebondir en très peu de temps avec autant de contraintes humaines que logistiques (…). Habituellement, les choix et les stratégies de développement s'appuient sur des études de marché, de comportement d'achat, de faisabilité et de rentabilité. Là, tout l'enjeu a été de répondre à une situation d'urgence car il y allait de la survie des entreprises* », souligne Frédéric Pratelli, co-président du Syndicat des commerçants de Nouvelle-Calédonie.

DU MONDE PHYSIQUE AU VIRTUEL

Peu ou pas forcément adeptes de ces nouveaux canaux de vente, certains professionnels, volontairement absents de la toile, n'ont eu d'autre choix que de changer de braquet, afin de répondre à une seule question : comment produire et vendre durant cette période compliquée ? Au sein du Syndicat des commerçants de Nouvelle-Calédonie, ils représentaient « *au moins* » 20 % des adhérents. « *Certains ont choisi d'actionner la boutique Facebook, une fonctionnalité qui permet de proposer des produits à la vente à partir de sa propre page, d'autres ont fait appel à des plateformes locales de vente en ligne ou ont créé leur propre site,* indique la secrétaire générale du SCNC, Stéphanie Salgueiro Pallares. *Beaucoup sont passés d'un monde physique au virtuel sans pour autant être calibrés et armés pour relever ce challenge qui nécessite, en temps normal, une sacrée logistique (…).* » Autre enjeu, de taille, la livraison, qu'il a fallu organiser. « *Le point positif de cette crise, c'est qu'elle a suscité une solidarité dans les rangs de nos adhérents. On a observé un certain nombre de professionnels se donner des coups de main, notamment en termes de logistique. En s'appuyant sur la mutualisation des moyens, les commerçants ont pu réduire les coûts liés au transport et à la livraison de leurs marchandises, permettant ainsi dans la foulée un meilleur maillage du Territoire* », relève Frédéric Pratelli.

VERS UNE MUTATION DES COMMERCES ?

La crise sanitaire pourrait-elle renforcer cette tendance, une fois terminée ? Pas sûr. Les comportements d'achat, grandement biaisés durant la crise, n'augurent pas forcément une mutation des commerces. Selon le SCNC, « *tout dépend des produits et de l'expérience client. Certains services s'y prêtent, à l'image des services de gamelles. Pour d'autres, soumis à des achats coup de cœur comme le textile, rien ne remplacera un espace physique (...). Toutefois, cette crise aura permis à certains de mettre un pied à l'étrier pour entrevoir de nouvelles perspectives. Elle va également permettre à tous ceux qui se sont essayés, dans l'urgence, à la vente en ligne de quantifier ses coûts.* » Seule certitude, la réouverture des boutiques, des commerces (…), quand elle sera possible, devra désormais composer avec une nouvelle donne : des règles sanitaires drastiques et une baisse du pouvoir d'achat des ménages. Pas simple.

Outils numériques : le joker des professionnels ?

« *LEARNING BY DOING* » (APPRENDRE EN FAISANT), UNE DEVISE QUE LES PROFESSIONNELS ONT APPLIQUÉE EN CETTE PÉRIODE EXCEPTIONNELLE MARQUÉE PAR UNE ACCÉLÉRATION DU NUMÉRIQUE SUR LE TERRITOIRE. UN PAS VERS LA DIGITALISATION DES ENTREPRISES ? ÉLÉMENTS DE RÉPONSE AVEC ÉRIC OLIVIER, COORDINATEUR DE L'OBSERVATOIRE NUMÉRIQUE NOUVELLE-CALÉDONIE

Cette crise a donné lieu, en très peu de temps, à l'émergence de nouveaux services en ligne, ce qui, habituellement, pouvait s'avérer compliqué, long et contraignant. Comment l'expliquez-vous ?
Il est, je crois, essentiel de considérer l'essor actuel comme un nouvel élan pour le développement des offres de services « connectés » voire une tendance, appelée, espérons-le, à se généraliser pour les entreprises en mesure de les exploiter avec bénéfice. Jusque-là, de nombreuses structures ne considéraient pas l'usage du numérique comme une priorité. En cause principalement, ses coûts, les ressources associées (temps, compétences, formation, sécurité…) et la complexité des outils qui rebutaient certains entrepreneurs à franchir le pas malgré l'assurance de gains (visibilité, commandes en ligne, développement du chiffre d'affaires…). Nécessité faisant loi, les structures qui le pouvaient ont choisi de franchir le pas plutôt que de se retrouver dans l'incapacité de maintenir une activité, aussi minimale soit-elle.

Dans le contexte actuel de restriction de nombreux secteurs d'activité, les outils numériques ont révélé leur (plein) potentiel, enfin presque !

Est-ce en partie lié au fait que l'OPT, en partenariat avec les fournisseurs d'accès à Internet (FAI), a augmenté les capacités de l'Internet, la priorité ayant été donnée de permettre aux Calédoniens de continuer à travailler, étudier, communiquer ?
Les efforts de l'opérateur et des fournisseurs d'accès à Internet (FAI) ont assurément facilité la bascule vers la mise en ligne des offres des professionnels. C'est également, voire surtout, du côté des consom'acteurs que le gain (s')est avéré, car si l'offre était disponible mais pas la demande, l'équation deviendrait insoluble. Là, grâce à ces gestes solidaires forts, la demande peut faire face à l'offre et les entreprises en bénéficient également, voire pleinement, si leur catalogue de biens et/ou de services est disponible en ligne. Elles sont aptes à promouvoir et diffuser leur offre et à assurer leurs besoins en approvisionnement. Les étudiants peuvent être en continuité pédagogique via les cours en ligne, en temps réel. Les « non-actifs » ont accès à la culture, aux divertissements avec les VOD (MyCanal, Netflix…) et aux jeux en ligne. Ces exemples d'usages justifient déjà largement la hausse des débits consommés (+25 % estimation

sous réserve) et les capacités augmentées mises en place.

Cet épisode pourrait-il servir de déclencheur aux entreprises pour surfer sur de nouveaux canaux de vente, de distribution ?
Si les entreprises pourront encore rencontrer des difficultés, il y a cependant là une opportunité à saisir. Pour mémoire, au moins 97 % des Calédoniens disposent d'un téléphone portable et 66 % d'un smartphone (*). Avant le confinement, 5 Calédoniens sur 10 (*) effectuaient du repérage en ligne et 3 à 4 Calédoniens sur 10 pratiquaient le e-commerce. Les consom'acteurs sont en train d'expérimenter ces (nouveaux) services connectés induits par cette situation inédite. S'ils se sont habitués, par exemple, à être livrés à domicile, il est fort probable qu'au moins une partie d'entre eux souhaitera bénéficier durablement de cet usage. Côté professionnel, si la demande persiste, il serait judicieux de maintenir ces circuits et les offres associées. Un restaurateur qui présente son menu en ligne aujourd'hui pourrait prolonger son expérimentation avec du marketing direct demain.

Le gouvernement a lancé un appel à projets avec le pôle innovation de l'ADECAL Technopole pour soutenir des initiatives technologiques et innovantes qui pourraient être déployées au-delà de la crise sanitaire. Celles-ci pourraient-elles être, à terme, une aubaine de développement pour le Territoire ?
Souhaitons-le, sachant que l'innovation appelle à sortir de sa zone de confort. On l'a vu, cette crise a conduit chacun à modifier ses pratiques personnelles et professionnelles. En cela, il s'agit d'un terreau favorable à l'innovation durable, véritable levier de développement et de croissance avec des impacts d'attractivité professionnelle non négligeables. Ceci dit, il faut que les initiatives présentées soient cohérentes, pertinentes et que l'adhésion des utilisateurs et/ou des bénéficiaires soit, là aussi, pérenne. Si de réelles « nouveautés » venaient à éclore et que leur utilité dépassait le Territoire, on peut augurer d'un rayonnement territorial potentiel au niveau régional, voire au-delà.

Le télétravail fait partie des domaines concernés par l'appel à projets. Habituellement peu utilisée, cette façon de travailler pourrait-elle se généraliser ici ?
Si on regarde les tendances locales d'usages numériques, il est encore trop tôt pour le dire, et nous ne disposons pas d'outils de mesure suffisants. Hors filière numérique, il est difficile d'évaluer précisément les secteurs les plus propices à maintenir ce type d'organisation, encore peu pratiquée sur le Territoire par les entreprises : elles sont seulement 13 % à le proposer (*). En métropole, où le télétravail est largement plus exploité avec la crise sanitaire, les gains de productivité s'élèvent jusqu'à 25 %. Néanmoins, si on prend du recul, on constate que les usages numériques ne reviennent que rarement « en arrière ».

(*) Sources ONNC – Dossiers Télétravail (2020) et Baromètres (2018)
https://observatoire-numerique.nc/2020-03/2651-teletravail/

Favoriser l'accession sociale à la propriété

PREMIER VOLET DE LA MODIFICATION DU CODE DES AIDES À L'HABITAT EN PROVINCE SUD, L'ACCESSION À LA PROPRIÉTÉ A FAIT L'OBJET DE PLUSIEURS AMENDEMENTS EN NOVEMBRE DERNIER. ELLE ENREGISTRE DEPUIS UNE NETTE AUGMENTATION. EN TROIS MOIS, LE NOMBRE DE DEMANDES A DOUBLÉ ET LES ATTRIBUTIONS ONT TRIPLÉ.

Par Nathalie Vermorel

TROP DE CALÉDONIENS EN CAPACITÉ D'EMPRUNTER N'ÉTAIENT AUPARAVANT PAS ÉLIGIBLES. EN CAUSE, POUR TOUT OU PARTIE, DES CONDITIONS TROP RESTRICTIVES ET DES PROCÉDURES ADMINISTRATIVES TROP COMPLEXES.

Entre 2015 et 2018, les demandes d'accession à la propriété ont chuté de près de 50 % et depuis 2018, le taux de rejet des dossiers est passé de 30 à 75 %, des résultats bien éloignés des objectifs de production prévus dans le cadre des contrats de développement. Quelques mois après l'application des modifications du Code des aides à l'habitat en province Sud, qu'en est-il exactement ? *« Nous avons constaté une nette augmentation de la demande. En seulement trois mois, celle-ci a doublé et les attributions ont triplé. Des dossiers précédemment rejetés ont fait l'objet d'une réévaluation et ont été acceptés. Nous dénombrons également de nouveaux demandeurs, ce qui est extrêmement positif »*, observe Marie Benzaglou, directrice du logement à la province Sud. Autre constat : sur les 2 191 familles enregistrées au 31 décembre 2019 en demande d'accession auprès des bailleurs sociaux, 45 % habitent actuellement à Nouméa, 32 % résident à Dumbéa et 12 % au

« APPORTER PLUS DE SOUPLESSE. »

Mont-Dore. Sans surprise, le plus gros des demandes porte sur les communes de Dumbéa et Païta qui concentrent la majorité des offres.

BOOSTER LE SECTEUR DU BTP DÉJÀ FRAGILISÉ

Simplification du calcul de la subvention, suppression de l'apport personnel et de la superficie maximale des parcelles, simplification des critères de typologie mais aussi de surface des logements, révision du taux d'endettement… tout est fait pour encourager les familles à devenir propriétaires. Un coup de pouce de 500 000 francs supplémentaires est également prévu pour les dossiers déposés avant le 31 décembre 2021. L'objectif ? Favoriser l'accession à la propriété de 480 familles entre 2020 et 2021 soit :

- 240 par an sous le dispositif AFAPS (Aide financière à l'accession en province Sud) destiné aux ménages qui souhaitent acquérir un terrain nu et y construire une maison ou acheter un logement neuf déjà construit ;
- 30 par an via le dispositif LAPS (Logement aidé de la province Sud) dédié aux familles déjà propriétaires d'un terrain qui souhaitent construire une villa « clé en main ».

L'exécutif de la province Sud espère ainsi redynamiser le BTP, secteur déjà bien impacté par un contexte économique local contracté avant même l'apparition du Covid-19 sur le Territoire. « *L'aide à l'accession représente un levier important sur l'économie locale : un million de francs d'aides génère plus de 10 millions de francs de travaux, donc de retombées locales, particulièrement sur le BTP. Cet effet de levier est amplifié par le fait que les aides provinciales sont versées grâce au cadre du contrat de développement, avec une part à hauteur de 25 % pour la Province et de 75 % pour l'État* », souligne l'exécutif qui vise, sur les années 2020 et 2021, le versement de 1,2 milliard de francs d'aides aux familles pour l'accession à la propriété, ce qui permettrait des retombées locales estimées à 13,43 milliards de francs.

« L'AIDE À L'ACCESSION REPRÉSENTE UN LEVIER IMPORTANT SUR L'ÉCONOMIE LOCALE. »

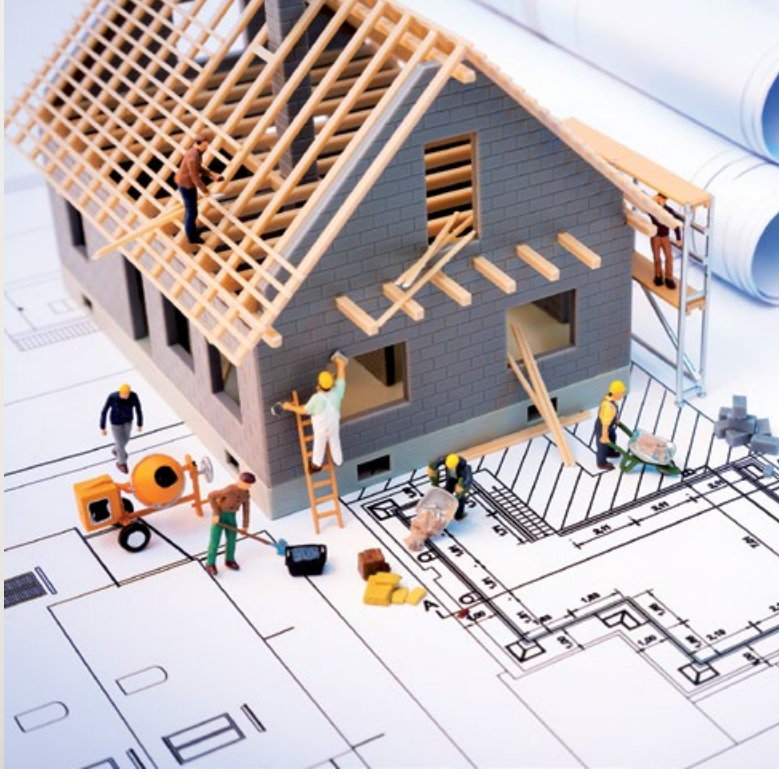
▼ « *SUR LES 2 191 FAMILLES ENREGISTRÉES AU 31 DÉCEMBRE 2019 EN DEMANDE D'ACCESSION AUPRÈS DES BAILLEURS SOCIAUX, 45 % HABITENT ACTUELLEMENT À NOUMÉA* », INDIQUE MARIE BENZAGLOU, DIRECTRICE DU LOGEMENT À LA PROVINCE SUD.

RÉPONDRE AUX BESOINS

L'autre volet de cette première vague de modifications concerne les conditions d'accès des résidents de la province Sud, propriétaires de leur logement, à l'Aide pour la rénovation et l'amélioration de l'habitat (APRAH). « *Celle-ci a été revue afin d'apporter plus de souplesse. Il s'agit notamment d'augmenter le plafond de ressources pour l'éligibilité au dispositif* », relève Marie Benzaglou. Parmi les modifications, la suppression de l'apport personnel et la possibilité d'obtenir une seconde aide sous conditions ou sans critères de délais (en cas de perte d'autonomie). L'aide sera apportée sous la forme d'une avance, remboursable à taux zéro, mensuellement ou lors de la succession. Son montant sera défini par la nature des travaux. Une façon de favoriser le maintien à domicile des personnes âgées et handicapées.

LOGEMENT LOCATIF SOCIAL : ADAPTER L'OFFRE

Dans le cadre de la création du Comité de l'habitat de la province Sud (CHPS) qui réunit les représentants de la province Sud, de l'État, du gouvernement, des communes, du syndicat intercommunal du Grand Nouméa, des bailleurs sociaux, de la Banque des territoires, les aménageurs publics et l'Agence française de développement, une étude devait être lancée en mars afin d'évaluer les besoins en logement et en hébergement en province Sud, qu'ils soient classiques, temporaires, d'urgence ou encore plus adaptés au mode de vie océanien. « *On connaît mal tous les maillons de la demande. D'un côté, nous avons des logements sociaux qui trouvent difficilement des locataires et de l'autre, nous avons des familles qui rencontrent des difficultés pour se loger (…). Cette étude va nous permettre de dresser un diagnostic des besoins et de l'offre, d'adapter nos objectifs de production et de réhabilitation.* » Au 31 décembre 2019, la Direction du logement enregistrait 5 917 demandes de location aidée dont « *au moins la moitié* » ne rentre pas dans les critères permettant de leur attribuer un logement locatif social. En cause principalement, des ressources trop faibles (54 % des demandeurs en location gagnent moins d'un SMG pour toute la famille et 27 % gagnent moins de 50 % du SMG) ou un taux d'endettement trop élevé. Les résultats de l'étude devraient être connus au 1er trimestre 2021.



Le grand chantier de la construction

QUATRE ANS AURONT ÉTÉ NÉCESSAIRES À UNE CENTAINE DE PROFESSIONNELS POUR POSER LES FONDATIONS DU RÉFÉRENTIEL DE LA CONSTRUCTION DE NOUVELLE-CALÉDONIE QUI DOIT PRENDRE EFFET AU 1ER JUILLET. CE « CADRE NORMATIF » A POUR OBJECTIF D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DES BÂTIMENTS, GARANTIR LA SÉCURITÉ DES CLIENTS ET ASSURER UNE PROTECTION JURIDIQUE DES ENTREPRISES.

MALFAÇONS, VICES CACHÉS, FISSURES, DÉFAUTS DE FABRICATION, MANQUE DE QUALIFICATION... PLUS D'UNE CENTAINE DE CONTENTIEUX POUR MALFAÇONS ÉTAIENT EN COURS D'INSTRUCTION EN DÉBUT D'ANNÉE.

Le référentiel de la construction de Nouvelle-Calédonie (RCNC), applicable au 1er juillet, devrait sécuriser la filière et mettre un terme à une sinistralité. C'est en tout cas ce qu'annonçait Vaimu'a Muliava, membre du gouvernement chargé notamment des constructions publiques, du logement et de l'urbanisme lors de sa présentation. « *Il s'agit là d'une étape cruciale. (…) Ce travail pose les bases d'un système vertueux. Il s'adresse au client qu'il sécurise dans ses projets de construction et permet de structurer la filière tout en faisant monter en compétences chacun de ses acteurs. (…) La performance n'est plus une option, c'est maintenant une exigence.* » Ce référentiel, voté « *à l'unanimité* » au Congrès, doit garantir la conformité des constructions, la sécurité des propriétaires et assurer une protection juridique des entreprises. Il a également pour vocation de restaurer la confiance et la transparence vis-à-vis d'une filière souvent pointée du doigt. « *Les constructeurs ont besoin de redorer leur image, c'est une réalité* », reconnaît le président de la Fédération calédonienne du BTP, Silvio Pontoni. Élaboré par des professionnels pour les professionnels, cet outil est un signe de qualité : il garantit la conformité d'un produit ou d'un procédé de construction. « *Clairement, il vise la pérennité des ouvrages* », souligne Djamil Abdelaziz, directeur adjoint des achats, du patrimoine et des moyens de la Nouvelle-Calédonie. C'est aussi, en substance, une nouvelle façon d'améliorer et de sécuriser la construction en Nouvelle-Calédonie en valorisant les savoir-faire existants.

CE QUI VA CHANGER

Première nouveauté, l'assurance des dommages devient obligatoire pour tous

« LA PERFORMANCE N'EST PLUS UNE OPTION, C'EST MAINTENANT UNE EXIGENCE. »

Vaimu'a Muliava, membre du gouvernement chargé notamment des constructions publiques, du logement et de l'urbanisme.

les clients qui font construire, ce qui les protègera durant le chantier mais aussi dix ans après la réception de l'ouvrage. En cas de litige, le maître d'ouvrage (le client) n'aura plus à attendre que les responsabilités soient établies avant d'être indemnisé directement. Quant aux constructeurs qui interviennent sur les parties « *essentielles* » de la maison, ils devront souscrire une assurance de responsabilité civile décennale qui couvrira la solidité de l'ouvrage et son étanchéité. Autre point majeur, la qualification, sésame désormais indispensable pour bénéficier de l'obligation faite aux assureurs « *de garantir les ouvrages que les professionnels réalisent* ». Ces derniers devront désormais montrer patte blanche, à savoir justifier d'un diplôme correspondant au métier exercé ou de trois années d'activité au minimum pour y prétendre et/ou pour créer leur entreprise et l'enregistrer au répertoire des métiers. Fini donc le temps des apprentis sorciers ! « *C'est une attente forte des Calédoniens et des petites entreprises qui souhaitent valoriser et faire reconnaître leur savoir-faire* », indique le gouvernement. À noter qu'une période transitoire de trois années est prévue afin de laisser le temps aux acteurs déjà en activité de se mettre en conformité avec ces nouvelles règles.

DES MATÉRIAUX CONFORMES

Les matériaux de construction n'échappent pas à cette remise à plat. Objectif affiché ? Une standardisation par les normes françaises ou européennes ou par équivalence au cas par cas pour les produits australiens et néo-zélandais. Pour agréer tous les produits non certifiés, qu'ils soient locaux ou pas, il sera fait appel, si besoin, à des laboratoires accrédités. Selon le gouvernement, « *le but est de sécuriser le travail des artisans et des entreprises (…). Des contrôleurs techniques agréés par le gouvernement contrôleront la conformité des constructions. Ce référentiel permettra au savoir-faire local d'être visible et reconnu dans le Pacifique et gagner de nouveaux marchés.* » La Nouvelle-Calédonie entend ainsi soutenir la montée en compétences des laboratoires locaux de contrôle et d'essai, et nouer des partenariats avec des laboratoires néo-zélandais et australiens. Cette nouvelle filière doit permettre de mettre en place, de façon progressive, une alternative crédible aux certifications de conformités métropolitaines, « *jugées coûteuses et parfois totalement inadaptées à notre environnement* ». Des mesures transitoires devraient permettre d'accompagner la structuration de cette nouvelle filière et de soutenir les évolutions nécessaires des industriels et fabricants locaux pour atteindre les objectifs fixés.

Rester dans la course !

LE FONDS INTERPROFESSIONNEL D'ASSURANCE FORMATION (FIAF), QUI PERMET À TOUT EMPLOYEUR PRIVÉ D'OBTENIR 400 000 FRANCS PAR AN POUR FORMER SES SALARIÉS, COMPTE DANS SON GIRON PLUS DE 6 000 ENTREPRISES EMPLOYEUSES DONT 80 % ONT MOINS DE DIX SALARIÉS.

Par Nathalie Vermorel

FRUIT D'UN ACCORD INTERPROFESSIONNEL SIGNÉ PAR LES PARTENAIRES SOCIAUX EN 2015, LE FIAF A OFFICIELLEMENT VU LE JOUR LE 1ER AVRIL 2017 AFIN DE CONTRIBUER AU DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES CALÉDONIENNES EN RÉPONDANT AUX BESOINS DES ENTREPRISES EN MATIÈRE DE FORMATION.

Après trois années d'existence *« à titre expérimental »* qui avaient pour principal objectif *« de mesurer et de valider l'apport et la pertinence de l'existence du Fonds pour les employeurs de la Nouvelle-Calédonie »*, la signature, début mars, d'un nouvel accord interprofessionnel a ancré le FIAF dans le paysage de la formation professionnelle continue. Les résultats de l'audit mené fin 2019 par la DFPC ont, en effet, souligné *« l'intérêt de l'outil qui comble véritablement un vide en apportant une réponse adéquate aux entreprises calédoniennes, particulièrement à celles employant moins de dix salariés, traditionnellement plus éloignées de la formation. Il leur permet désormais d'envisager la formation de façon sereine car ce n'est pas le même mécanisme de venir chercher un financement auprès du FIAF que d'avoir à y consacrer un budget »*, souligne Séverine Zimmer, directrice du Fonds interprofessionnel d'assurance formation.

« GAGNER EN VISIBILITÉ ET EN ACCESSIBILITÉ. »

L'OPPORTUNITÉ DE MONTER EN COMPÉTENCES

Pour rappel, depuis le 1er avril 2017, tous les employeurs de droit privé employant un salarié ou plus,

CHIFFRES CLÉS

- Plus de 6 000 entreprises adhérentes au FIAF
- 80 % des entreprises employeuses ont moins de 10 salariés
- 50 % des adhérents actifs ont moins de 10 salariés
- 85 % des financements concernent des entreprises employeuses en province Sud
- 30 % des entreprises employeuses ont un contact avec le FIAF
- 16 % des entreprises employeuses ont déjà bénéficié d'un financement du FIAF

▼ « LA FORMATION PROFESSIONNELLE CONTINUE FAIT DÉSORMAIS FIGURE DE LEVIER DE PERFORMANCE, DE MONTÉE EN COMPÉTENCES », SOULIGNE SÉVERINE ZIMMER.

© NV

« UNE RÉPONSE ADÉQUATE AUX ENTREPRISES CALÉDONIENNES. »

cotisant à la CAFAT (et à jour de leurs cotisations), sont soumis à la contribution de 0,2 % et peuvent, à ce titre, faire appel aux services du FIAF dans la limite de 400 000 francs par an et par employeur. Les employeurs de plus de 10 salariés ont également l'obligation de dépenser chaque année 0,7 % de leur masse salariale dans la formation professionnelle continue de leurs employés. « *Longtemps considérée comme le parent pauvre des plans d'investissement, la formation professionnelle continue fait désormais figure de levier de performance, de montée en compétences. Dans un contexte économique contraint et à l'heure où la compétitivité est devenue un enjeu majeur, les entreprises prennent la pleine mesure de l'impact de la gestion des ressources humaines sur leur activité* », observe Séverine Zimmer.

1 400 DEMANDES DE FINANCEMENT EN 2019

Depuis sa création, le FIAF fait face à un flux « *de plus en plus important* ». En 2017, il enregistrait 400 demandes de financement de plan de formation, un chiffre qui a doublé l'année suivante pour s'élever à 1 400 en 2019. Et la tendance se poursuit en ce début d'année. Autre constat. S'il n'y a pas de secteurs prioritaires, ces trois années de fonctionnement ont toutefois mis en exergue des secteurs professionnels « *très actifs* » sur le champ de la formation. Parmi eux, les secteurs commerce, industrie et BTP. L'an dernier, pas moins d'une trentaine de projets ont vu le jour, issus de besoins identifiés par les fédérations professionnelles, des grappes d'entreprises ou encore plusieurs employeurs. « *Les métiers évoluent, les besoins et les pratiques aussi. Le visage de l'entreprise aujourd'hui n'est pas celui de demain. Le FIAF s'ancre dans cette réalité. L'idée étant de répondre aux besoins précis des entreprises avec la construction de formation sur mesure, sur des compétences ciblées.* » Si l'utilité du FIAF n'est plus à démontrer, il lui reste encore « *à gagner en visibilité et en accessibilité* », les partenaires sociaux travaillent désormais sur la possibilité d'offrir un service aux travailleurs indépendants ainsi qu'aux salariés « *à leur propre initiative* ». L'objectif ? Permettre une montée en compétences qui soit « *partagée et accessible* » afin de devenir plus compétitif au niveau territorial.

LES MISSIONS DU FIAF

- Assurer le financement des actions de formation choisies par les entreprises pour leurs salariés
- Accompagner les entreprises ainsi que les branches professionnelles dans la définition de leurs besoins de formation
- Améliorer la lisibilité de l'offre de formation de la Nouvelle-Calédonie
- Financer et conduire des programmes d'études dans le domaine de la formation professionnelle

CONTACTS

17 rue Edighoffer, Doniambo
Tél. : 47 68 68

Télétravail : comment gérer ses salariés à distance ?

LE TÉLÉTRAVAIL N'EST PLUS RÉSERVÉ AUX TRAVAILLEURS INDÉPENDANTS. LES ENTREPRISES « MODERNES » ONT COMPRIS QU'ELLES DEVAIENT ALLER LÀ OÙ SE TROUVENT LES TALENTS MÊME SI CELA SIGNIFIE RECRUTER UNE PERSONNE QUI NE SERA PAS PHYSIQUEMENT DANS LEURS LOCAUX.

Par Jo Deal, directrice des ressources humaines de LogMeIn

CE QUI EST SOUS-JACENT À TRAVERS CETTE FAÇON DE TRAVAILLER, C'EST LE CHANGEMENT GÉNÉRATIONNEL QUI BOULEVERSE LES ENTREPRISES ET LA NÉCESSITÉ POUR LES MANAGERS D'ADOPTER UNE CERTAINE FLEXIBILITÉ POUR S'ADAPTER AUX NOUVELLES ATTENTES DES MILLENIALS ET DE LA GÉNÉRATION Z.

À l'aube de la troisième décennie du XXIe siècle, les effectifs des entreprises se composent désormais de quatre générations bien distinctes (baby-boomers, génération X, millenials et génération Z) avec leurs propres codes et leurs aspirations parfois antinomiques. Les travailleurs plus traditionnels que sont les baby-boomers et la génération X sont confrontés aux envies de flexibilité et de liberté des millenials qui, petit à petit, prennent du galon dans les entreprises. C'est également sans compter sur l'arrivée en masse de la génération Z, difficile à cerner pour

beaucoup, mais avec qui il va désormais falloir compter. Ce constat oblige les ressources humaines à repenser l'organisation du travail et les stratégies à mettre en place en fonction des générations pour assurer ainsi une meilleure productivité, une bonne cohésion interne et un véritable engagement au sein de l'entreprise.

PRÉSENTÉISME ET PRODUCTIVITÉ

Grâce à la technologie, le travail à distance peut faire tomber les barrières générationnelles en redéfinissant les connexions humaines. En effet, les outils de vidéoconférence donnent aux salariés éloignés le sentiment d'être dans la même pièce. C'est également en jouant le jeu lors des réunions entre personnes physiques et à distance que les liens peuvent se créer. Cela peut également permettre d'aller au-delà de la croyance *« qu'il est impossible de gérer une équipe si on ne peut pas la voir physiquement »*.
L'un des problèmes des entreprises actuelles est cette obsession du présentéisme qui serait la preuve que *« plus les salariés sont présents au bureau et plus ils travaillent »*. Sont-ils pour autant productifs ? La seule manière de le mesurer est de fixer des objectifs et de contrôler, de façon régulière, s'ils sont atteints. Cela permet aux managers de voir comment chacun s'organise et travaille au mieux. En voyant un salarié perdre en motivation et en efficacité, un manager se doit de réagir rapidement en se posant les bonnes questions. Cet employé a-t-il plus besoin de télétravail ? Qu'est-ce qui fonctionne le mieux pour lui et pour l'entreprise ? Bref, les modèles doivent pouvoir s'adapter au bien-être de tous et profiter en même temps à l'entreprise.

COMMENT MAINTENIR LES SALARIÉS MOTIVÉS ET PRODUCTIFS ?

Les salariés français seraient les plus distraits d'Europe au bureau (1). Il a également été révélé que le manque de productivité coûte très cher aux entreprises dans le monde, environ 7 billions de dollars par an (2), une somme faramineuse. Pour les ressources humaines, le message est clair : l'engagement des employés est essentiel à leur productivité et au succès de l'entreprise ! Cependant, il

« UN CHANGEMENT GÉNÉRATIONNEL QUI BOULEVERSE LES ENTREPRISES. »

ne fait aucun doute que la gestion des travailleurs à distance peut s'avérer plus difficile. Les managers doivent davantage planifier les interactions qui se font moins naturellement que lorsqu'ils sont au bureau. Mais cela peut aussi aider à la cohésion d'équipe, les réunions pouvant être des moments d'entraide, de motivation et un temps pour fixer de nouveaux objectifs. Une communication active et régulière est également essentielle pour garder de bonnes relations entre les membres de ses équipes.
Aujourd'hui, de nombreuses entreprises autorisent le travail à distance pour ses avantages en termes de productivité ; d'autres le font pour attirer les meilleurs talents. Quelles que soient leurs motivations, les entreprises qui souhaitent avoir des travailleurs éloignés dans le rang de leurs effectifs doivent revoir leur façon de mesurer l'efficacité dans le travail et viser à maintenir une cohésion entre les équipes. Bien évidemment, elles sont dans l'obligation d'équiper leurs employés avec des solutions qui leur facilitent le travail et l'échange au quotidien.

(1) Étude réalisée par GoTo (entité de LogMeIn) sur la productivité des salariés et leur environnement de travail – juillet 2019

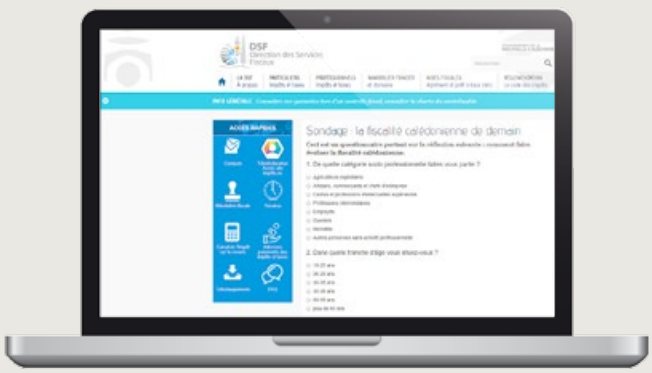
(2) https://www.gallup.com/workplace/231668/dismal-employee-engagement-sign-global-mismanagement.aspx?g_source=EMPLOYEE_ENGAGEMENT&g_medium=topic&g_campaign=tiles

UNE NOUVEAUTÉ POUR 71 % DES FRANÇAIS

En cette période de confinement liée à la pandémie sanitaire, le télétravail se généralise en métropole : selon le ministère du Travail, il concerne 40 % des emplois du secteur privé et plus de 8 millions de salariés. Certains d'entre eux pratiquaient déjà le travail à distance, mais pour 71 % des salariés, il s'agit d'une nouveauté.

QUELLE FISCALITÉ POUR DEMAIN ?

Première étape vers la loi de programmation fiscale annoncée par le gouvernement, une campagne de téléconsultation a été lancée auprès des acteurs économiques, des chambres consulaires, des associations intervenant dans le domaine économique, des clusters (…). Les contribuables calédoniens ont également été sollicités, mi-mars, via un questionnaire accessible durant une quinzaine de jours sur le site Internet de la Direction des services fiscaux et diffusé aux télédéclarants. Le système fiscal est-il suffisamment simple ? Les impôts sont-ils trop importants, trop faibles, équilibrés ? Faut-il supprimer les niches fiscales à l'impôt sur le revenu ? Les droits d'enregistrement constituent-ils un frein à votre volonté d'investir ? Au total, 17 questions figuraient dans le questionnaire. « *C'était un engagement de ce gouvernement de mettre plus de transparence. On l'a déjà fait lors de l'élaboration de la loi de soutien à la croissance économique (…). Là, nous souhaitons consulter les contribuables sur la fiscalité actuelle dans l'objectif de renforcer l'équité fiscale et l'inscrire davantage comme un outil de développement économique et social* », indique Christopher Gygès, membre du gouvernement en charge notamment de la fiscalité. 107 000 foyers fiscaux calédoniens sont concernés par ce questionnaire dont les résultats doivent être rendus publics sous peu. Sur les 107 000 foyers fiscaux déclarés à l'IRPP, environ 44 000 paient de l'impôt. Actuellement, 51 800 contribuables déclarent en ligne (soit environ 48,3 % de télédéclarants) et 9 800 sociétés (soit près de 91 % de télédéclarations).



4,5 MILLIARDS D'INTERNAUTES DANS LE MONDE

Selon le dernier rapport établi par les sociétés We are social et Hootsuite, 4,54 milliards de personnes sont désormais connectées dans le monde (+298 millions par rapport à 2019), ce qui porte le taux de pénétration de l'Internet à près de 60 %. Néanmoins, 3,2 milliards de personnes ne sont toujours pas connectées. Les données mondiales révèlent que les femmes représentent 28 % de plus que les hommes des personnes « *non connectées* » dans le monde.

ÇA SE PASSE AILLEURS

Check Point Software Technologies Ltd, l'un des principaux fournisseurs de solutions de cybersécurité dans le monde, a publié son dernier rapport sur les tentatives de phishing utilisant des marques au 4e trimestre 2019. Le rapport révèle les marques les plus fréquemment imitées par les cybercriminels cherchant à voler des données personnelles ou des informations sur les moyens de paiement au cours du 4e trimestre, qui comprend les plus importantes périodes d'achats en ligne de l'année. En tête de liste, Facebook est associé à 18 % de toutes les tentatives de phishing utilisant des marques dans le monde, suivi de Yahoo (10 %), Netflix (5 %), PayPal (5 %), Microsoft (3 %), Spotify (3 %), Apple (2 %) et Google (2 %). Dans une attaque de phishing utilisant une marque, les cybercriminels tentent d'imiter le site web officiel d'une marque connue, à l'aide de noms de domaine, d'URL et de pages web d'apparence similaire au véritable site. Les liens vers le faux site web peuvent être envoyés à des personnes ciblées par email ou par SMS, utilisés pendant la navigation sur le web ou dans une application mobile frauduleuse. Le faux site web contient souvent un formulaire destiné à voler les identifiants des utilisateurs, les détails de leurs moyens de paiement ou d'autres informations personnelles. Au cours des deux dernières années, les incidences de ce type d'attaque ont augmenté avec l'utilisation accrue de la messagerie dans le Cloud, qui permet aux cybercriminels de se faire passer plus facilement pour un tiers de confiance.

LE CHIFFRE

1,2 MILLIONS

de visiteurs uniques (+62 %) ont été attirés en 2019 sur le site de la promotion touristique www.newcaledonia.travel, porte d'entrée numérique du Territoire à l'international.

LE CHIFFRE

10 millions de francs CFP. C'est le montant de l'aide exceptionnelle allouée par le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie au gouvernement du Vanuatu pour l'aider à faire face aux dégâts causés par le passage du cyclone Harold début avril, principalement sur les îles d'Espiritu Santo, Malo, Pentecost, Malekula, Ambae et Ambrym.

NOUVELLE-ZÉLANDE : ACHAT… VIRTUEL

Près de 200 commerçants néo-zélandais expérimentent actuellement une nouvelle méthode de paiement sans contact en ligne en utilisant seulement des téléphones portables. Conçue par la société Paymark, qui dispose de 25 années d'expérience dans le traitement de transactions sécurisées pour le compte de banques et acquéreurs, cette technologie a été imaginée en réponse au Covid-19. L'idée ? Permettre aux consommateurs d'acheter des articles en toute sécurité sans avoir à toucher physiquement le terminal. Le principe ? Lors du passage en caisse, le commerçant utilise son site web pour conclure la transaction. À charge pour le client de se connecter à son application de banque mobile et d'approuver la transaction, sans même utiliser sa carte bancaire.

DU PLOMB DANS L'AILE

Mi-avril, l'Association des transports internationaux (IATA), qui réunit 290 compagnies aériennes et représente plus de 80 % du trafic des passagers dans le monde, estimait que la propagation de l'épidémie de Covid-19, qui a conduit à la fermeture des frontières et à des restrictions de déplacement des populations, pourrait engendrer un manque à gagner s'élevant à plus de 310 milliards de dollars pour les compagnies aériennes en 2020. Selon l'IATA, *« la région la plus touchée par la réduction du chiffre d'affaires sera l'Asie-Pacifique, qui pourrait enregistrer un manque à gagner de 113 milliards de dollars, suivie de l'Europe, dont les compagnies pourraient perdre jusqu'à 89 milliards de dollars de chiffre d'affaires »*.

AUSTRALIE : COÛTS DES FEUX

Les incendies sans précédent qui ont ravagé plus d'un cinquième des forêts australiennes, entre septembre 2019 et février 2020, entraînant un désastre écologique et humain, pourraient coûter jusqu'à 4,5 milliards de dollars à l'industrie du tourisme, grande pourvoyeuse d'emplois (1 habitant sur 13) selon le Conseil australien des exportations touristiques. À cela s'ajoute désormais la pandémie sanitaire du Covid-19 qui vient affaiblir encore un peu plus un secteur déjà bien fragilisé.

DU FRET HUMANITAIRE ENVOYÉ À FIDJI

En lien avec l'ambassadeur de France à Fidji et le ministère de l'Europe et des Affaires étrangères, un stock de matériel humanitaire a été acheminé mi-avril de la Nouvelle-Calédonie vers les îles Fidji, durement touchées par le cyclone Harold, apportant ainsi une aide de première urgence aux habitants sinistrés. Composé d'une centaine de « kits familles » destinés à 500 personnes, ce stock représentait un peu plus de 5 tonnes de matériel. Depuis octobre 2019, et dans le cadre des accords FRANZ, le Centre de crise et de soutien (CDCS) du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères, qui coordonne la réponse de l'État, a positionné un stock régional de matériels à Nouméa qui permet d'apporter une réponse humanitaire d'urgence dans le Pacifique Sud. *« Il se compose de matériel d'urgence, non périssable, permettant de distribuer de l'aide à 2 500 personnes (tentes, bâches, kit de cuisine, kit outils) »*, indique le haut-commissariat dans un communiqué. La Croix-Rouge française et Pacific Airport Engie se sont mobilisés pour mener à bien cette opération humanitaire qui s'est déroulée dans le contexte particulier de la lutte contre la prolifération du Covid-19.

© Haut-Commissariat

LE COIN DES PUBLICATIONS

Les impacts économiques du Covid-19 en Nouvelle-Calédonie.

Dans cette note publiée le 22 avril, l'ISEE, l'AFD et l'IEOM analysent les premiers impacts économiques de la crise sanitaire, exacerbés par « *le choc direct* » des mesures de confinement qui ont causé un ralentissement voire l'arrêt de certains secteurs d'activité. « *Si l'ampleur de la crise du Covid-19 sur le plan sanitaire et économique est encore incertaine et dépendra très largement de sa durée tant au niveau local que mondial, la période exceptionnelle et inédite de confinement pourrait fortement dégrader la richesse produite par l'économie calédonienne en 2020* », selon un scénario faisant état d'une perte de 3,6 % du produit intérieur brut (PIB). « *Cette crise constitue un choc exogène et transitoire qui a bouleversé à la fois l'offre et la demande. Les mesures prises pour combattre l'épidémie et éviter une crise sanitaire grave, induisant un arrêt de la production dans certains secteurs (tourisme, hôtels, restauration, transports, loisirs…) et un mode de fonctionnement dégradé, voire très dégradé dans d'autres secteurs (BTP, industrie, commerces…), ont entraîné une chute de la consommation (épargne forcée) de biens et services qui, par ricochet, a eu un impact sur l'offre. Le poids relativement important des administrations publiques et des services non marchands a toutefois exercé un rôle d'amortisseur* », précise la note. Pour le Cerom, cette crise « *sans précédent par sa brutalité et sa nature* », touchant à la fois l'offre et la demande, aura « *des conséquences immédiates et durables sur le tissu économique et les finances publiques* ». D'autant qu'elle intervient alors que l'économie calédonienne est enlisée depuis plusieurs années dans une trajectoire de croissance ralentie, « *caractérisée par un effritement des fondamentaux des entreprises (détérioration de leur situation financière, plus grande vulnérabilité), mais aussi des ménages (faible création d'emplois, consommation molle) et des finances publiques (recettes stagnantes, déséquilibre des comptes sociaux)* ».

Branche	Taux d'activité durant le mois de confinement (%)	Perte sèche pour le mois de confinement (milliards de F.CFP)
Agriculture et IAA	78	0,4 à 1
Construction	35	4,1 à 5,6
Industrie, Énergie	56	2,8 à 4,5
Commerce	43	4 à 5,8
Services marchands	43	15,1 à 21,5
Administration et services non marchands	91	1 à 3,5
Ensemble de l'économie	**56**	**27,6 à 41,9**

Source : Isee, Comptes économiques, Cerom

AGRICULTURE : DES DISPARITÉS SELON LES PROVINCES

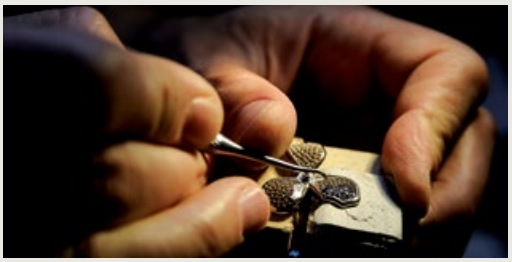
En concertation avec 35 acteurs économiques, la Chambre d'agriculture a lancé, fin mars, un questionnaire dont le but était d'évaluer l'impact économique de la crise sanitaire sur les entreprises du Territoire (niveau d'activité, chiffre d'affaires, gestion des emplois et besoins de soutiens). Sur les 1 200 entreprises ayant répondu, 7 % sont issues du secteur agricole (mono et multi-activités). Premier constat, les exploitants agricoles « *semblent légèrement moins impactés que les autres opérateurs économiques, compte tenu de la priorité donnée à l'alimentaire* » mais certains segments, tels que l'horticulture, subissent de plein fouet l'arrêt provisoire de l'économie. Par ailleurs, « *les exploitations installées en province Nord et dans les îles ont visiblement plus souffert en raison du manque de transports et du colportage* ». Selon les données recueillies, l'approvisionnement est apparu comme « *étant le problème le plus important pour le secteur agricole* ».

LE CHIFFRE

126 000. C'est le nombre de touristes qui ont visité la Nouvelle-Calédonie en 2019, atteignant « *un nouveau record* », selon Nouvelle-Calédonie Tourisme Point Sud. La filière a pesé lourd dans la balance de l'économie locale. En progression de près de 3 %, les recettes touristiques ont généré 28,1 milliards de francs, hors tourisme domestique. La part de celui-ci s'établit à 4,7 milliards de francs, portant ainsi le montant des recettes touristiques à 32,8 milliards de francs. En 2018, le secteur représentait plus de 5 000 emplois directs et plus de 3 000 unités d'hébergement. En raison de la pandémie du Covid-19, les perspectives pour 2020 s'annoncent d'ores et déjà dramatiques.

L'ARTISANAT DANS LA TOURMENTE

À l'issue de la 5e semaine de crise sanitaire, le constat est alarmant dans le secteur de l'artisanat : 6 entreprises sur 10 font état d'une chute de leur activité et 7 sur 10 soulignent une tension sur leur trésorerie. Autre constat, en proportion cependant *« faible »*, l'impossibilité de payer les salariés au mois d'avril. À noter également que 55 % des artisans souffrent *« personnellement »* à un niveau qualifié d'*« important »* à *« grave »*, au-delà des conséquences pour leur entreprise. *« En effet*, rappelle la Chambre de métiers et de l'artisanat, *8 000 artisans en entreprise individuelle ne disposent pas d'une séparation entre patrimoine personnel et professionnel et engagent donc leurs biens propres. »*



L'IEOM RÉINJECTE 50 MILLIARDS DE F CFP

En réponse à la situation de crise sanitaire et à ses conséquences, le Conseil de surveillance de l'IEOM a adopté, le 17 avril, un ensemble de mesures de politiques monétaires en faveur de la liquidité des banques de la zone franc Pacifique en apportant 50 milliards de F CPF supplémentaires de refinancement sur une durée de 24 mois, portant ainsi le volume de liquidités mis à disposition des banques de 30 à 80 milliards de F CFP. *« Ces mesures sont destinées à soutenir les capacités de prêt des banques afin qu'elles puissent accompagner les dispositifs de soutien sans précédent mis en œuvre par l'État, notamment les prêts aux entreprises garantis par l'État (PGE), et par les collectivités d'outre-mer du Pacifique au bénéfice des entreprises et des ménages »*, indique l'Institut dans un communiqué.

LA MÉTÉO DU CAILLOU

MAUSSADE

• Selon l'ISEE-NC, 345 sociétés ont été placées **en liquidation judiciaire** en 2019, un chiffre en forte hausse par rapport à 2018 (+ 84) soit environ une entreprise par jour. Sans surprise, le secteur d'activité le plus touché est celui de la construction (119 liquidations) suivi du commerce et du secteur de la réparation d'automobiles avec 58 fermetures. Les activités de services administratifs et de soutien enregistrent 33 dépôts de bilan. Le secteur de l'hébergement et de la restauration souffre également (25 dépôts de bilan).
• **Les répercussions du confinement** de la population induit par la pandémie de Covid-19. En seulement deux semaines, 10 000 demandes de chômage partiel ont été déposées contre 400 traitées annuellement « *en temps normal* ».

MITIGÉ

• **Les limites du tout numérique.** « *La dématérialisation de la quasi-totalité des démarches d'aides constitue, pour certains artisans éloignés du numérique, un frein à solliciter les dispositifs qui, s'ils sont existants, leur sont inaccessibles* », souligne la CMA-NC lors de son dernier point de situation (Covid-19). Une réalité discriminante pour les artisans des trois provinces.
• **L'alimentation** qui augmente de 1,2 % en mars, une hausse imputée en grande partie à l'augmentation de 5,9 % des prix des légumes, ce qui est conforme à la saison. Les prix des poissons repartent aussi à la hausse (+3,4 %). La croissance constatée depuis le mois d'octobre des prix des produits sucrés se poursuit (+1,3 %) avec des prix se rapprochant progressivement de ceux constatés lors de l'entrée en vigueur de la TGC. Parmi les produits alimentaires, seuls les fruits, en haute saison, enregistrent une diminution de 0,5 %. *(Sources ISEE-NC)*

BEAU TEMPS

• **Sur la consommation de tabac** qui a chuté de 7 % en 2019 comparé à l'année 2018 (soit 32 % en 3 ans). Une nouvelle baisse de 5 % sur les cigarettes et de 10 % sur les tabacs à rouler est encore prévue en 2020. En cause principalement, l'augmentation constante du prix du tabac. En dix ans, le prix d'un paquet de cigarettes (25) a quasiment triplé, celui du tabac à rouler a été multiplié par 4.
• **Sur les produits manufacturés,** dont les prix, en baisse depuis 3 mois, enregistrent en mars une chute de 1,6 %, « *liée en partie*, selon l'ISEE-NC, *aux soldes qui se sont déroulées tout au long du mois. En effet*, rappelle l'Institut, *la période des soldes traditionnellement organisée en janvier a été repoussée cette année au mois de mars et sa durée rallongée d'une semaine.* »

ÇA SE PASSE AILLEURS

En Chine, les mesures de quarantaine liées à la crise sanitaire provoquée par le coronavirus représentent une vraie aubaine pour les plateformes d'achat en ligne et de publicité. Et en France ? En 2019, l'e-commerce a franchi le « cap historique » des 100 milliards d'euros, enregistrant une hausse de plus de 11 %. Depuis le début de la crise du coronavirus, l'e-commerce a fait encore mieux, avec des ventes qui ont grimpé de 15 %.

TABLEAU DE BORD

➔ *PIB*
1 010 milliards de F CFP (2017)

➔ *PIB/habitant*
3,63 millions de F CFP (2017)

➔ *Ménages*
85 060 foyers

➔ *Indice des prix à la consommation*
+1,2 % (mars 2020)

➔ *Salariés*
66 310 salariés du secteur privé
(3e trimestre 2019)

➔ *Taux de couverture*
(des importations par les exportations)
56,8 % (cumul de janvier à décembre 2019)

➔ *Valeur des importations*
314 milliards de F CFP
(cumul de janvier à décembre 2019)

➔ *Valeur des exportations*
178,3 milliards de F CFP
(cumul de janvier à décembre 2019 soit -8 % par rapport à 2018)

➔ *Cours du nickel*
674 F CFP/Lb (décembre 2019)

➔ *SMG*
(salaire minimum garanti)
156 568 F CFP (revalorisé au 1er octobre 2018)

➔ *SMAG*
(salaire minimum agricole garanti)
133 086 F CFP (revalorisé au 1er octobre 2018)

Boulangerie de Tradition

Boulangerie PIAA

Dans la pure tradition de Lifou, venez découvrir notre pain Dehu, cuit au four au feu de bois, spécialité de notre île.

Vous pourrez également déguster nos délicieuses baguettes traditions et pains marmites.

Tribu de Hnathalo - LIFOU

✆ 45 06 79 / 71 60 61

✉ piaaboulangerie@gmail.com

Solinia

SÉCURITÉ

SOCIÉTÉ DE **GARDIENNAGE** ET DE **SÉCURITÉ**

DE GRANDES ENTREPRISES CALÉDONIENNES NOUS FONT DÉJÀ CONFIANCE.

POUR PLUS DE RENSEIGNEMENTS :

✆ **85 34 98**

✉ **soliniasecurite@gmail.com**

La Coulée - MONT DORE

NOUS SOMMES UNE ÉQUIPE DE **12 AGENTS PROFESSIONNELS** ET DYNAMIQUES QUI ASSURONS LA **SÉCURITÉ** DE VOS **CHANTIERS** ET **ÉVÉNEMENTIELS**.

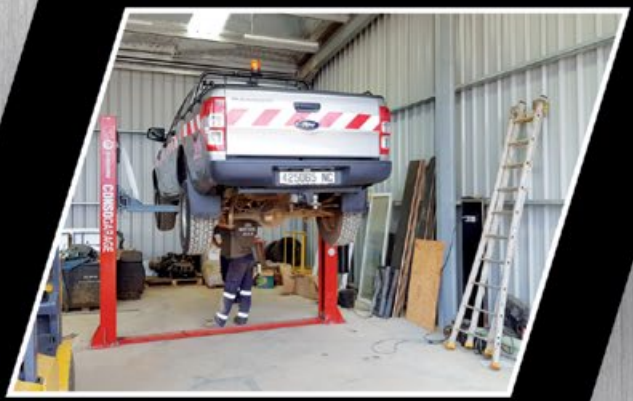
JABRA MAINTENANCE

VENTE DE PIÈCES DÉTACHÉES ENGINS MINIERS & TP TOUTES MARQUES

MÉCANIQUE & HYDRAULIQUE

DISTRIBUTEUR EXCLUSIF

Keestrack



Lot 71 allée du Zinc
Zone industriel ZIPAD - PAITA
direction@jabramaintenance.nc

(687) 288 530
(687) 780 048
(687) 795 034