

**Décision n°2020-CC-01 du 25 mai 2020  
relative à la prise de contrôle conjoint  
de l'hôtel Sofitel Moorea Ia Ora Beach Resort  
par M. Louis Wane, auquel se substituera la société EIMEO  
Holding SAS en cours de constitution (groupe Wane) aux côtés de  
la société AAPC NZ Pty. Ltd. (groupe Accor)**

L'Autorité polynésienne de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet à l'Autorité polynésienne de la concurrence le 17 avril 2020, relatif à la prise de contrôle de l'hôtel Sofitel Moorea Ia Ora Beach Resort par le groupe Wane, formalisé par un contrat d'achat et de vente signé par les parties le 21 février 2020 ;

Vu le code de la concurrence, et notamment ses articles LP 310-1 à LP 310-7 ;

Vu les éléments complémentaires transmis par les parties au cours de l'instruction ;

Adopte la décision suivante :

**I. LES ENTREPRISES CONCERNEES ET L'OPERATION**

1. **M. Louis Wane** est un entrepreneur polynésien, qui est contrôlé par une cinquantaine de sociétés en Polynésie française (ci-après « le groupe Wane »). Le groupe Wane intervient principalement dans les secteurs de l'agroalimentaire, de la grande distribution et de l'hôtellerie de luxe.
2. Le pôle hôtellerie du groupe comprend actuellement cinq hôtels :
  - l'hôtel Tahiti, situé sur l'île de Tahiti, exploité sous enseigne Hilton jusqu'à sa fermeture en 2010. Un projet de réouverture de l'hôtel existe mais, selon la partie notificante, celle-ci ne devrait pas intervenir avant fin 2020 ;

**Avertissement : cette décision a été rendue avant la fermeture de l'hôtel InterContinental Moorea Resort & Spa, qui est pris en compte dans l'analyse concurrentielle.**

- l'hôtel Maitai Dream, situé sur l'île de Fakarava, exploité sous enseigne White Sand Beach Resort jusqu'à sa fermeture fin mai 2013. La partie notifiante déclare qu'aucun plan de réouverture n'est prévu à moyen ou long terme ;
  - l'hôtel Conrad Bora Bora Nui. Cet hôtel a été exploité sous enseigne Hilton jusqu'à sa fermeture pour rénovation le 1<sup>er</sup> septembre 2016. Rouvert fin décembre 2016, il est géré par le groupe Wane sous enseigne Conrad (sous contrat de management) depuis le 1<sup>er</sup> avril 2018. Il s'agit d'un hôtel de tourisme de luxe (cinq étoiles<sup>1</sup>) qui dispose de 114 chambres, bungalows et villas sur pilotis, de trois restaurants et d'un spa ;
  - l'hôtel Le Méridien Bora Bora<sup>2</sup>. Il s'agit d'un hôtel de tourisme de luxe (cinq étoiles<sup>3</sup>) disposant de 98 chambres, bungalows et villas sur pilotis, de deux restaurants et d'un spa. L'hôtel Le Méridien Bora Bora est exploité par Le Méridien SAS, filiale du groupe hôtelier Starwood ;
  - l'hôtel Kia Ora<sup>4</sup>, situé à Rangiroa, dans l'archipel des Tuamotu. Il s'agit d'un hôtel de tourisme de luxe (quatre étoiles<sup>5</sup>) disposant de 60 chambres, bungalows et villas sur pilotis, de deux restaurants et d'un spa. L'hôtel Kia Ora est exploité de manière indépendante par le propriétaire.
3. A la date de notification de l'opération, seuls trois établissements sur les cinq présentés *supra* sont en activité.
  4. Le groupe Wane détient également Tahiti Islands Travel qui dispose d'une licence A d'agence de voyage depuis le 29 septembre 2015. Son activité principale est celle d'agence réceptive en Polynésie française.
  5. Il détient enfin plusieurs entreprises bénéficiant pour certaines d'entre elles d'exclusivité d'importation dans le domaine alimentaire, non alimentaire et des boissons (Wan D, Sodimark, BevCo, Foodeez...). Il participe également à l'industrie agroalimentaire locale avec les sociétés Salaisons de Tahiti et Conserverie du Pacifique, ainsi qu'à la production agricole locale avec la société Verdeen.
  6. La **SAS Lupesina Moorea** (ci-après « Lupesina Moorea » ou « la cible ») est une société par actions simplifiée polynésienne. Présidée par M. Frederick Grey, elle est détenue à 100 % par la Sarl Lupesina Tahiti Investments (ci-après « LTI »), holding polynésienne du groupe Grey, elle-même détenue à 100 % par la société holding samoane Grey Investment Group Ltd. (ci-après « groupe Grey »). Cette dernière est détenue par M. Frederick Grey à hauteur de 99,9 % et par Mme Tanya Grey à hauteur de 0,1 %.
  7. Lupesina Moorea est propriétaire de l'hôtel Sofitel Moorea Ia Ora Beach Resort. L'hôtel est exploité par le groupe Accor selon le contrat de management signé par le groupe Accor et le groupe Grey le 4 mars 2016. Il s'agit d'un hôtel de tourisme de luxe (4 étoiles<sup>6</sup>) disposant de 112 bungalows de luxe, d'une villa, de deux restaurants, un spa et de deux bars.

---

<sup>1</sup> Arrêté de classement n° 36 MTT du 22 février 2008.

<sup>2</sup> Décision APC n° 2016-CC-05 du 13 décembre 2016 relative à la prise de contrôle de la Société des Nouveaux Hôtels par le groupe Wane.

<sup>3</sup> Arrêté de classement n° 3261 PR du 18 novembre 2008 portant classement par étoiles de l'établissement "Méridien Bora Bora".

<sup>4</sup> Décision APC n° 2018-CC-01 du 18 décembre 2018 relative à la prise de contrôle exclusif de Hôtel Kia Ora SA par la SAS Ranginui (groupe Louis Wane).

<sup>5</sup> Arrêté n° 85 PR du 22 février 2013 modifiant l'arrêté n° 3373/PR du 10 décembre 2008 portant classement par étoiles de l'établissement "Kia Ora Resort and Spa".

<sup>6</sup> Arrêté de classement n° 5657 MTF du 15 juillet 2015 portant classement par étoiles de l'établissement « Sofitel Moorea Ia Ora Beach Resort »

8. L'opération consiste en l'acquisition, par M. Louis Wane - auquel se substituera ultérieurement une société en cours de constitution selon les termes du contrat d'achat et de vente - de la totalité du capital et des droits de vote de la société Lupesina Moorea. Elle est formalisée par un contrat d'achat et de vente signé par les parties le 21 février 2020, qui comporte notamment la condition suspensive de l'autorisation de l'opération par l'Autorité polynésienne de la concurrence avant le 21 juin 2020.
9. A l'issue de l'opération, il est prévu que l'hôtel reste exploité par le groupe Accor sous la marque Sofitel selon les termes du contrat de management, mentionné *supra*, toujours en vigueur.
10. Lors de précédentes décisions relatives à des opérations de concentration<sup>7</sup>, notamment dans celle du 29 août 2016 relative à la prise de contrôle par le groupe Grey de trois hôtels gérés par le groupe Accor sous la marque Sofitel, l'Autorité polynésienne de la concurrence a considéré que les contrats de gestion liant les sociétés du groupe Grey au groupe Accor<sup>8</sup> contenaient des clauses assurant au gestionnaire un contrôle conjoint sur les hôtels concernés en ce qu'elles permettaient au groupe hôtelier d'exercer une influence déterminante sur l'hôtel<sup>9</sup>, conjointement avec le groupe propriétaire. Ainsi, le groupe hôtelier, gestionnaire à titre exclusif de l'établissement, était-il chargé de :
  - préparer le *business plan* et de le soumettre au propriétaire, l'accord des deux parties étant nécessaire pour son approbation, et l'intervention d'un expert étant nécessaire en cas de désaccord;
  - en sa qualité d'opérateur exclusif intervenant pour le compte du propriétaire, exploiter et gérer l'hôtel (fixer le prix des chambres, gérer les ressources humaines et fournir des services centralisés pour l'ensemble des hôtels de la chaîne Sofitel en respectant des standards de qualité) ;
  - en cas de vente de l'hôtel, disposer du droit de donner son avis sur l'acquéreur, de désigner un potentiel repreneur et, au besoin, de recourir à un expert nommé en premier et dernier ressort afin de trancher la question ;
  - conserver la gestion pour une durée normale de 10 ans.
11. En l'espèce, le contrat de gestion de l'hôtel par le groupe Accor comporte les mêmes conditions. Il convient d'ajouter un élément d'appréciation supplémentaire lié à l'influence déterminante pouvant être exercée par le gestionnaire lorsqu'il est le détenteur de la marque sous laquelle l'hôtel est exploité. En effet, une marque hôtelière connue et présente internationalement comme Sofitel est de nature à renforcer l'influence résultant des conditions précédemment évoquées.
12. En l'espèce, la partie notificante indique que la condition suspensive de l'approbation par le groupe Accor du changement de contrôle au profit du groupe Wane a été levée. A l'issue de l'opération, le contrat de management [...] sera poursuivi jusqu'à son terme [...], et pourrait être reconduit [...]. La partie notificante indique également qu'à l'issue de l'opération, la gestion de l'hôtel se poursuivra sous la marque Sofitel. Par conséquent, l'Autorité considère qu'à l'issue de l'opération, le groupe Wane détiendra, *via* la propriété de l'hôtel Sofitel Moorea Ia Ora Beach Resort, le contrôle conjoint de cet hôtel, aux côtés du groupe Accor.

---

<sup>7</sup> Décisions APC n° 2016-CC-01 du 6 juillet 2016, n° 2016-CC-02 du 29 août 2016 et n° 2016-CC-03 du 6 octobre 2016

<sup>8</sup> Cf § 7, décision n° 2016-CC-02 du 29 août 2016 relative à la prise de contrôle conjoint des trois hôtels Sofitel de Polynésie française par la société Lupesina Tahiti Investments (groupe Grey) aux côtés du groupe AccorHotels.

<sup>9</sup> Au sens des *Lignes directrices relatives au champ d'application et à la procédure de contrôle des concentrations* publiées par l'Autorité polynésienne de la concurrence et mises à jour en dernier lieu en janvier 2019 (voir §20 et suivants).

13. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle conjoint de l'hôtel Sofitel Moorea la Ora Beach Resort par le groupe Wane, l'opération notifiée constitue donc une opération de concentration au sens de l'article LP 310-1 du code de la concurrence.
14. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaires hors taxe total en Polynésie française de plus de 2 milliards de francs CFP (groupe Wane : [...] pour l'exercice 2018 ; Lupesina Moorea : [...] pour l'exercice 2018). Chacune des deux entreprises a réalisé en Polynésie française un chiffre d'affaires supérieur à 500 millions de francs CFP (comme précisé précédemment). Compte tenu de ces chiffres d'affaires, les seuils de contrôle mentionnés au I de l'article LP 310-2 du code de la concurrence sont franchis. Cette opération est donc soumise aux dispositions des articles LP 310-3 et suivants du code de la concurrence, relatives à la concentration économique.
15. Cette opération a été notifiée à l'Autorité polynésienne de la concurrence le 17 avril 2020, c'est-à-dire pendant la période d'urgence sanitaire liée à la propagation du Covid-19. En temps normal, il résulte de l'article LP 310-5-I du code de la concurrence que l'Autorité polynésienne de la concurrence se prononce sur l'opération de concentration de phase I dans un délai de vingt-cinq jours ouvrés à compter de la date de réception de la notification complète. Toutefois, devant cette situation sanitaire, les délais de traitement des dossiers par les services et autorités administratives indépendantes de la Polynésie française ont été modifiés par délibérations n°2020-14 APF du 17 avril 2020 et n° 2020-16 APF du 14 mai 2020 portant adaptation des procédures en matière civile et administrative. Ces textes ont reporté le point de départ des délais qui auraient dû commencer à courir de sorte que le nouveau délai à l'issue duquel l'Autorité polynésienne de la concurrence doit se prononcer sur l'opération expire le 23 juin 2020. Une demande de dérogation à l'effet suspensif du contrôle des concentrations de l'article LP 310-4 du code de la concurrence a été régularisée le 11 mai 2020, puis retirée par mail le 16 mai 2020 compte tenu du calendrier fixant l'examen de la demande au fond à la date du 25 mai 2020.

## **II. DELIMITATION DES MARCHES PERTINENTS**

16. L'opération concerne le secteur de l'hôtellerie de tourisme en Polynésie française, l'entreprise cible et le groupe Wane étant simultanément présents dans ce secteur avec un hôtel 4 étoiles pour la première, deux hôtels cinq étoiles et un hôtel quatre étoiles pour le second.
17. Par ailleurs, le groupe Wane est présent, *via* sa filiale Tahiti Islands Travel, dans le secteur des agences réceptives en Polynésie française, qui présente des liens verticaux avec l'activité hôtelière. La présente opération est donc susceptible, *a priori*, d'entraîner des effets verticaux directs entre le marché de l'hôtellerie touristique et le marché des agences réceptives.
18. Le groupe Wane est également présent dans le secteur de l'importation et de la distribution de produits alimentaires, non alimentaires et de boissons *via* ses filiales spécialisées dans ce secteur (Foodeez, Wan D., Sodimark, BevCo...) ainsi que dans le secteur de la production agroalimentaire *via* les sociétés Conserverie du Pacifique (Copa), Salaisons de Tahiti et Verdeen. Ces secteurs présentent des liens verticaux avec le secteur de l'hôtellerie, les hôtels constituant, à travers leurs restaurants et bars, des débouchés pour les sociétés de production, importation ou distribution de produits alimentaires, non alimentaires et de boissons. La présente opération doit donc également être examinée au regard des effets verticaux éventuels entre ces marchés et les marchés de l'hôtellerie, même si ce point n'est pas traité par la partie notifiante.

### **A. LES MARCHES DE L'HOTELLERIE**

#### **1. LES MARCHES DE SERVICES**

19. *S'agissant de la définition des marchés de services d'hébergement touristique* en Polynésie française, l'offre d'hébergement de tourisme est classiquement décomposée en trois catégories : (i) les hôtels et résidences de tourisme international, (ii) les hébergements de tourisme chez l'habitant et petite hôtellerie familiale et (iii) les meublés de tourisme. Par la loi du pays n° 2018-10 adoptée en mars 2018, une quatrième catégorie a été ajoutée : les auberges de jeunesse, les terrains de camping, les villages de vacances et les autres hébergements à vocation touristique. L'ensemble de ces nouvelles catégories pouvant être regroupées sous le vocable « para-hôtellerie », il serait possible d'envisager les relations concurrentielles qui sont susceptibles d'exister entre elles et l'hôtellerie classique. Toutefois, dans le cadre de la présente opération, la prise en compte ou non de l'éventuelle pression concurrentielle exercée par ces nouveaux types d'hébergements sur les hôtels traditionnels est sans effet sur les conclusions de l'analyse<sup>10</sup>. *In fine*, seule la première catégorie des hôtels et résidences de tourisme international est concernée par la présente opération. L'Autorité polynésienne de la concurrence<sup>11</sup>,

---

<sup>10</sup> A titre d'information, selon l'Ieom, en 2018, la Polynésie française comptait 21 hébergements à vocation touristique (dont camping, auberges de jeunesse et villages de vacances) et 424 meublés du tourisme totalisant ensemble 1 043 chambres en para-hôtellerie ([https://www.ieom.fr/TMG/pdf/ra2018\\_polyne\\_sie\\_f.pdf](https://www.ieom.fr/TMG/pdf/ra2018_polyne_sie_f.pdf)).

<sup>11</sup> Notamment dans ses décisions APC n° 2016-CC-03 du 6 octobre 2016 et n° 2016-CC-05 du 23 décembre 2016.

s'inspirant des pratiques d'autres autorités de la concurrence<sup>12</sup>, a envisagé plusieurs types de segmentation.

20. En premier lieu, une distinction selon le degré de confort de l'hôtel a été retenue<sup>13</sup>, et plusieurs méthodes de segmentation ont été envisagées : regroupement par paires d'étoiles (1-2 étoiles ; 2-3 étoiles ; 3-4 étoiles ; 4-5 étoiles) ; regroupement en tenant compte de la catégorie immédiatement inférieure et de la catégorie immédiate supérieure (1-3 étoiles ; 2-4 étoiles ; 3-5 étoiles) ; distinction entre catégorie économique (1-3 étoiles) et catégorie d'hôtellerie de luxe (4 étoiles et plus).
21. La partie notifiante estime qu'une segmentation par paire d'étoiles (2-3 étoiles et 4-5 étoiles) est pertinente en l'espèce, étant donné que la cible et les hôtels du groupe Wane sont simultanément présents sur le segment de l'hôtellerie de luxe (4-5 étoiles). Elle ne retient pas une segmentation par « *nombre individuel d'étoiles, en particulier le potentiel segment des hôtels 4 étoiles ainsi que le potentiel segment des hôtels 5 étoiles (...) dans la mesure où la catégorie des hôtels de luxe recouvre déjà ce type d'hôtels* ». Elle ne retient aucune autre segmentation, étant donné l'absence de chevauchement d'activité entre les parties.
22. En Polynésie française, la loi du pays n° 2018-10 du 29 mars 2018 portant réglementation en matière d'hébergement de tourisme en Polynésie française prévoit un classement des hôtels et résidences de tourisme international par nombre d'étoiles croissant de deux à cinq, et non d'une à cinq comme en métropole. En outre, la « distinction Palace », créée en 2010 pour les hôtels cinq étoiles de métropole, n'existe pas. En conséquence, la distinction entre catégorie économique (2-3 étoiles) et catégorie luxe (4 étoiles et plus) recoupe largement la distinction par paires d'étoiles en Polynésie française. Par ailleurs, les données statistiques établies par l'Institut de la statistique de la Polynésie française (ci-après « ISPF ») distinguent les hôtels par classes : luxe (4 et 5 étoiles), grand tourisme (3 étoiles) et tourisme (2 étoiles).
23. Les hôtels des parties à l'opération sont des hôtels quatre et cinq étoiles entrant dans la catégorie des hôtels de luxe.
24. En second lieu, une segmentation peut être envisagée en fonction du rattachement à une chaîne hôtelière. Cependant, en Polynésie française, une très grande majorité des hôtels de luxe est affiliée à une chaîne<sup>14</sup>, de sorte qu'une segmentation du marché en fonction de ce critère n'aurait aucun effet sur les résultats de l'analyse concurrentielle. En l'espèce, les hôtels du groupe Wane (à l'exception du Kia Ora de Rangiroa) ainsi que l'hôtel cible sont affiliés à des chaînes hôtelières internationales.
25. Toutefois, lorsque ce rattachement implique la gestion de l'hôtel par la chaîne, entraînant un contrôle conjoint, une analyse concurrentielle spécifique doit être réalisée.
26. L'analyse concurrentielle sera donc menée à la fois sur un marché englobant l'ensemble de l'hôtellerie classée et sur un éventuel segment constitué des hôtels de luxe. Elle sera également menée en tenant compte de la segmentation entre les propriétaires et les gestionnaires d'hôtels.

---

<sup>12</sup> Il est ici possible de se référer à la pratique décisionnelle de la Commission européenne (notamment les décisions n° COMP/M.4612 Accor/Pierre et Vacances/Newcity JV du 4 juillet 2007, n° COMP/M.4816 Blackstone/Hilton du 19 octobre 2007 et n° COMP/M.6738 Goldman Sachs/KKR/QMH du 19 décembre 2012), ainsi qu'à celle de l'Autorité de la concurrence compétente pour la métropole et les départements et collectivités d'outre-mer (notamment les décisions ADLC n° 14-DCC-82 du 12 juin 2014, n° 15-DCC-77 du 23 juin 2015 et n° 17-DCC-71 du 26 mai 2017).

<sup>13</sup> Voir notamment décisions APC n° 2016-CC-02 du 29 août 2016, n° 2016-CC-03 du 6 octobre 2016 et n° 2016-CC-05 du 23 décembre 2016.

<sup>14</sup> 17 hôtels de luxe sur les 19 que compte la Polynésie française sont affiliés à une chaîne hôtelière.

## 2. LES MARCHES GEOGRAPHIQUES

27. *S'agissant de la délimitation géographique des marchés*, les autorités de concurrence considèrent que le marché de l'hôtellerie peut être analysé à la fois au niveau national, en particulier pour les chaînes d'hôtels, les conditions de concurrence étant homogènes, et au niveau local, notamment parce que le critère de choix principal pour le client est la localisation de l'établissement.
28. La partie notifiante estime que le marché géographique pertinent de l'hôtellerie recouvre l'ensemble du territoire de la Polynésie française dans la mesure où la clientèle des hôtels de tourisme international est majoritairement internationale. Celle-ci considèrerait la Polynésie globalement, en cohérence d'une part avec la promotion de l'ensemble du territoire effectuée par le GIE Tahiti Tourisme auprès des marchés étrangers et d'autre part avec la stratégie de développement touristique de la Polynésie française 2015-2020 par le ministère du tourisme polynésien.
29. Cependant, ainsi que l'a retenu précédemment l'Autorité polynésienne de la concurrence<sup>15</sup>, il existe des différences objectives entre les archipels de la Polynésie française, de sorte que leur similarité n'est que relative. Ainsi, les îles composant l'archipel des Marquises sont-elles dépourvues de lagon, qui constitue pourtant une caractéristique souvent recherchée par la clientèle touristique internationale. Par ailleurs, l'archipel des Tuamotu est constitué d'atolls, qui offrent une végétation et des paysages différents de ceux des îles hautes composant l'archipel de la Société.
30. De plus, selon les données de l'ISPF<sup>16</sup>, l'archipel de la Société représente à lui seul 94 % de l'offre de chambres et 95 % des chambres louées, tous hôtels confondus en 2019. Pour les seuls hôtels de luxe, l'archipel de la Société représente 94 % de l'offre de chambres et 95 % des chambres louées en 2019. Au sein de l'archipel de la Société, Bora Bora, Tahiti et Moorea sont les trois îles les plus touristiques puisqu'elles représentent 85 % des chambres que compte le territoire.
31. Selon l'Institut d'émission d'outre-mer<sup>17</sup>, Bora Bora revêt un statut particulier puisque 65 % des touristes en séjour en Polynésie française en 2013 s'y sont rendus. L'île incarne le rêve polynésien et séduit une clientèle majoritairement américaine, ainsi que 86 % des couples en voyage de noces. Au total, Tahiti reste l'île la plus visitée de Polynésie (plus de 155 000 touristes en 2018), devant Bora Bora (112 633 touristes) et Moorea (111 126 touristes)<sup>18</sup>. Selon l'ISPF<sup>19</sup>, si la fréquentation touristique de Moorea est inférieure de 29,2 % à celle de Tahiti, le revenu moyen par chambre y est supérieur de 48 % (32 067 F CFP/nuit contre 21 704 F CFP/nuit). De la même manière, si la fréquentation touristique de Bora Bora est inférieure à celle de Tahiti, le revenu moyen par chambre y est près de quatre fois supérieur (77 099 F CFP/nuit contre 21 704 F CFP/nuit en 2019).
32. En l'espèce, toutefois, la question de savoir s'il convient de limiter les marchés de l'hôtellerie à la Polynésie française, à chaque archipel ou à chaque île peut être laissée ouverte dans la mesure où quelle que soit la segmentation retenue, les conclusions de l'analyse seront

---

<sup>15</sup> Par exemple dans ses décisions APC n° 2016-CC-01 du 6 juillet 2016 et n° 2016-CC-02 du 29 août 2016.

<sup>16</sup> <http://www.ispf.pf/docs/default-source/tb-tourisme/tbd-annuel-2019.pdf?sfvrsn=6>.

<sup>17</sup> [http://www.ieom.fr/IMG/pdf/ne147\\_eclairage\\_tourisme\\_pf.pdf](http://www.ieom.fr/IMG/pdf/ne147_eclairage_tourisme_pf.pdf) ou rapport annuel 2015 de l'IEOM pour la Polynésie française, p. 105.

<sup>18</sup> Chiffres de 2018 : [https://www.ieom.fr/IMG/pdf/ra2018\\_polyne\\_sie\\_f.pdf](https://www.ieom.fr/IMG/pdf/ra2018_polyne_sie_f.pdf).

<sup>19</sup> <http://www.ispf.pf/docs/default-source/tb-tourisme/tbd-annuel-2019.pdf?sfvrsn=6>

inchangées. L'analyse concurrentielle sera menée à l'échelle de la Polynésie française, puis à celle des Iles de la Société, niveaux où apparaît un chevauchement d'activité entre les parties.

## **B. LE MARCHE DES AGENCES RECEPTIVES**

### **1. LES MARCHES DE SERVICES**

33. *S'agissant des marchés de services*, l'Autorité polynésienne de la concurrence<sup>20</sup>, s'inspirant de la pratique constante des autorités de concurrence<sup>21</sup>, a considéré qu'au sein du secteur des services de voyage, l'activité amont de la conception-distribution des voyages à forfait de loisir et l'activité aval d'agent de voyage doivent être distinguées. En effet, une telle distinction peut être reprise en Polynésie française, où l'activité amont d'agence réceptive (ou *Destination Management Company*, ci-après « DMC ») doit être distinguée de l'activité aval d'agence de voyage, *a minima* parce que les destinations commercialisées et les clients finals ne sont pas les mêmes<sup>22</sup>.
34. Le groupe Wane est présent sur le marché des agences réceptives en Polynésie française à travers son agence Tahiti Islands Travel qui exerce principalement une activité de DMC.
35. S'agissant de l'activité des DMC en Polynésie française, l'Autorité a précédemment distingué<sup>23</sup> les marchés de l'approvisionnement en prestations touristiques (capacités de transport aérien et nuitées d'hôtels notamment) et le marché de la conception-vente des séjours touristiques (dont certains sont des voyages à forfait). Elle a cependant laissé ouverte la question d'éventuelles segmentations plus fines à l'intérieur de ces marchés.

### **2. LE MARCHE GEOGRAPHIQUE**

36. *S'agissant du marché géographique*, l'Autorité polynésienne de la concurrence<sup>24</sup> a considéré que les marchés géographiques pertinents pouvaient être limités à la Polynésie française.
37. Il n'y a pas lieu de remettre en cause ces délimitations à l'occasion de la présente opération.

---

<sup>20</sup> Décision APC n° 2016-CC-04 du 5 décembre 2016 relative à la prise de contrôle exclusif du groupe Tahiti Nui Travel par le groupe Grey.

<sup>21</sup> Voir les décisions de la Commission européenne n° COMP/M.5462 - Thomas Cook Group/Gold Medal International du 30 mars 2009, n° COMP/M.5038 - Telefonica/Turmed/Rumbo du 28 février 2008 et n° COMP/M.4601 - KarstadtQuelle/Mytravel du 4 mai 2007.

<sup>22</sup> Polynésie française et clients étrangers pour les agences réceptives ; pays étrangers et clientèle locale pour les agences de voyage.

<sup>23</sup> Décisions APC n° 2016-CC-04 du 5 décembre 2016 et n° 2018-CC-01 du 18 décembre 2018 précitées.

<sup>24</sup> *Idem*.



## **C. LES MARCHES DE L'APPROVISIONNEMENT DES HOTELS EN PRODUITS ALIMENTAIRES, NON ALIMENTAIRES ET EN BOISSONS**

### **1. LES MARCHES DE PRODUITS**

38. S'agissant des produits alimentaires, non alimentaires et des boissons, la pratique décisionnelle des autorités de concurrence retient traditionnellement des segments par grands groupes de produits de grande consommation, alimentaires et non alimentaires : boissons, produits frais, produits secs, produits surgelés, produits périssables, droguerie parfumerie hygiène... Des segmentations plus fines sont éventuellement possibles.
39. Les sociétés du groupe Wane produisent, importent ou distribuent notamment des boissons (*via* notamment les sociétés BevCo et Wan D), des produits alimentaires, des produits froids et surgelés, des produits de droguerie parfumerie hygiène (ci-après « DPH ») et des articles de confiserie, qu'elles sont en mesure de fournir aux établissements hôteliers situés en Polynésie française.
40. En l'espèce, la question de la délimitation exacte des marchés de l'approvisionnement des hôtels en produits alimentaires et non alimentaires peut être laissée ouverte dans la mesure où quelle que soit la segmentation retenue, les conclusions de l'analyse restent inchangées.

### **2. LES MARCHES GEOGRAPHIQUES**

41. En matière de boissons, l'Autorité a considéré, dans ses décisions n° 2017-CC-01 du 9 mars 2017, n° 2017-CC-03 du 27 avril 2017 précitées et n° 2019-CC-02 du 6 juin 2019 relative à la prise de contrôle de la société Morgan Vernex par la société Brasserie de Tahiti, que la dimension géographique des marchés correspondait au territoire de la Polynésie française.
42. Il en va de même pour les autres produits alimentaires et non alimentaires de grande consommation, y compris ceux destinés aux établissements hôteliers.
43. Par ailleurs, l'Autorité de la concurrence métropolitaine, s'agissant des départements d'outre-mer, a relevé qu'il convenait de retenir le caractère spécifique des circuits d'approvisionnement des marchés concernés et a envisagé que les marchés géographiques pertinents puissent être limités au territoire concerné
44. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation à l'occasion de la présente opération, même pour les produits non alimentaires, s'agissant de l'approvisionnement des hôtels situés en Polynésie française.

### **III. ANALYSE CONCURRENTIELLE**

#### **A. ANALYSE DES EFFETS HORIZONTAUX RELATIFS A LA CONCURRENCE SUR LES MARCHES DE L'HOTELLERIE**

45. Il résulte de la pratique décisionnelle de l'Autorité polynésienne de la concurrence<sup>25</sup> que les effets horizontaux doivent s'apprécier du côté de la concurrence s'exerçant entre les propriétaires d'hôtels, mais également du côté de la concurrence s'exerçant entre les groupes gestionnaires d'hôtels.

##### **1. S'AGISSANT DE LA CONCURRENCE ENTRE LES PROPRIETAIRES D'HOTELS**

46. Les parties sont présentes en Polynésie française sur les marchés de l'hôtellerie internationale, avec deux hôtels quatre étoiles et deux hôtels cinq étoiles
47. *S'agissant des groupes détenant les hôtels en Polynésie française*, les parts de marché du groupe Wane seront les suivantes<sup>26</sup> :

Polynésie française	Tous Hôtels		Hôtels 4 et 5 étoiles	
	Chambres	Hôtels	Chambres	Hôtels
Groupe Wane	10,1 %	6,7 %	15,4 %	15,8 %
Hôtel "cible"	4,1 %	2,2 %	6,3 %	5,3 %
<b>Nouvelle entité</b>	<b>14,2 %</b>	<b>8,9 %</b>	<b>21,7 %</b>	<b>21,1 %</b>
Groupe Pacific Beachcomber	25,8 %	17,8 %	31,6 %	26,3 %
Groupe Grey	8,5 %	6,7 %	10,0 %	10,5 %
Groupe Martin	7,2 %	8,9 %	9,8 %	15,8 %
HNA	7,1 %	4,4 %	10,9 %	10,5 %
Barbion	3,3 %	2,2 %	5,1 %	5,3 %
Autres	33,9 %	51,1 %	10,9 %	10,6 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

48. Sur le marché global de l'hôtellerie internationale en Polynésie française, la nouvelle entité détiendra une part de marché de 8,9 % (contre 6,7 % avant l'opération) en nombre d'actifs hôteliers et de 14,2 % (contre 10,1 % avant l'opération) en nombre de chambres, derrière le groupe Pacific Beachcomber (25,8 % des chambres et 17,8 % des actifs), mais devant les groupes Grey, Martin ou HNA (détenant chacun moins de 9 % des actifs et des chambres).
49. Sur un éventuel marché des hôtels de luxe (4-5 étoiles) en Polynésie française, la nouvelle entité détiendra 21,7 % des chambres (contre 15,4 % avant l'opération) et 21,1 % des actifs hôteliers (contre 15,8 % avant l'opération) derrière le groupe Pacific Beachcomber (31,6 % des chambres et 26,3 % des actifs) mais devant les groupes Grey, Martin ou HNA (détenant chacun moins de 16 % des actifs et des chambres).

<sup>25</sup> Voir les décisions APC n° 2018-CC-01 du 18 décembre 2018 et n° 2019-CC-01 du 16 avril 2019.

<sup>26</sup> Les chiffres qui suivent sont issus des données brutes transmises par le service du tourisme de la Polynésie française. Ils tiennent compte des capacités des hôtels actuellement en exploitation. En particulier, les capacités d'hébergement éventuelles de l'hôtel Hilton de Tahiti dont la réouverture n'interviendra pas avant la fin de l'année 2020 ne sont pas prises en compte.

50. En tenant compte des capacités d'hébergement de l'hôtel Hilton de Tahiti, dont la réouverture était prévue au plus tôt pour la fin de l'année 2020 dans la notification, les parts de marché du groupe Wane seraient les suivantes :

Polynésie française	Tous Hôtels		Hôtels 4 et 5 étoiles	
	Chambres	Hôtels	Chambres	Hôtels
Groupe Wane avec Hilton Tahiti	16,2 %	8,7 %	23,8 %	20 %
Hôtel "cible"	3,8 %	2,2 %	5,6 %	5,0 %
<b>Nouvelle entité + Hilton Tahiti</b>	<b>20,0 %</b>	<b>10,9 %</b>	<b>29,5 %</b>	<b>25,0 %</b>
Groupe Pacific Beachcomber	24,1 %	17,4 %	28,5 %	25,0 %
Groupe Grey	8,0 %	6,5 %	9,0 %	10,0 %
Groupe Martin	6,7 %	8,7 %	8,8 %	15,0 %
HNA	6,6 %	4,3 %	9,8 %	10,0 %
Barbion	3,1 %	2,2 %	4,5 %	5,0 %
Autres	31,5 %	50,0 %	9,8 %	10,0 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

51. Dans une telle configuration, les positions de marché du groupe Wane sur le marché global de l'hôtellerie classée en Polynésie française se rapprocheraient davantage de celles du groupe leader, à savoir le groupe Pacific Beachcomber, tout en leur restant inférieures et en ne dépassant pas le seuil de 20 %.
52. Sur un éventuel marché des hôtels de luxe (4-5 étoiles) dans l'archipel de la Société, la prise en compte des capacités d'hébergement de l'hôtel Hilton de Tahiti renforce davantage la position du groupe acquéreur. Avec 29,5 % des chambres et 25 % des actifs hôteliers, le groupe Wane deviendrait le groupe leader, tout en occupant une position proche de celle du groupe Pacific Beachcomber (28,5 % des chambres et 25 % des hôtels). Par ailleurs, il continuerait à faire face à la concurrence d'autres groupes solidement implantés en Polynésie française, comme le groupes Martin, Grey ou HNA, ceux-ci détenant individuellement jusqu'à 15 % des actifs hôteliers et 10 % des chambres.
53. *S'agissant des groupes détenant les hôtels dans l'archipel de la Société*, les parts de marché du groupe Wane seront les suivantes :

Archipel de la Société	Tous Hôtels		Hôtels 4 et 5 étoiles	
	Chambres	Hôtels	Chambres	Hôtels
Groupe Wane	8,2 %	5,0 %	12,5 %	11,8 %
Hôtel "cible"	4,4 %	2,5 %	6,7 %	5,9 %
<b>Nouvelle entité</b>	<b>12,6 %</b>	<b>7,5 %</b>	<b>19,1 %</b>	<b>17,6 %</b>
Groupe Pacific Beachcomber	26,2 %	17,5 %	33,5 %	29,4 %
Groupe Grey	9,1 %	7,5 %	10,6 %	11,8 %
Groupe Martin	5,4 %	5,0 %	8,2 %	11,8 %
HNA	7,6 %	5,0 %	11,5 %	11,8 %
Barbion	3,5 %	2,5 %	5,4 %	5,9 %
Autres	35,6 %	55,0 %	11,6 %	11,8 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

54. Sur le marché de l'hôtellerie dans l'archipel de la Société, la nouvelle entité détiendra à l'issue de l'opération une part de 7,5 % (contre 5 % avant l'opération) des actifs hôteliers et de 12,6 % (contre 8,2 % avant l'opération) des chambres offertes à la location, derrière le groupe Pacific Beachcomber (26,2 % des chambres et 17,5 % des actifs), en concurrence avec les groupes

Grey, Martin et HNA, ceux-ci détenant chacun moins de 10 % des chambres et moins de 8 % des actifs hôteliers.

55. Sur un éventuel marché des hôtels de luxe (4-5 étoiles) dans l'archipel de la Société, la nouvelle entité détiendra 17,6 % des actifs hôteliers et 19,1 % des chambres, contre respectivement, 11,8 % et 12,5 % avant l'opération. Elle fera face à la concurrence de groupes solidement implantés comme le groupe Pacific Beachcomber (29,4 % des hôtels et 33,5 % des chambres) et, dans une moindre mesure, les groupe Grey, Martin et HNA, ces derniers représentant chacun entre 8 % et 12 % des segments de marché considérés.
56. En tenant compte des capacités d'hébergement de l'hôtel Hilton de Tahiti, dont la notification indique qu'elle est prévue au plus tôt pour la fin de l'année 2020, les parts de marché du groupe Wane seraient les suivantes :

Archipel de la Société	Tous Hôtels		Hôtels 4 et 5 étoiles	
	Chambres	Hôtels	Chambres	Hôtels
<i>Groupe Wane avec Hilton Tahiti</i>	14,8 %	7,3 %	21,7 %	16,7 %
<i>Hôtel "cible"</i>	4,1 %	2,4 %	6,0 %	5,6 %
<b>Nouvelle entité + Hilton Tahiti</b>	<b>18,9 %</b>	<b>9,8 %</b>	<b>27,6 %</b>	<b>22,2 %</b>
Groupe Pacific Beachcomber	24,3 %	17,1 %	30,0 %	27,8 %
Groupe Grey	8,5 %	7,3 %	9,5 %	11,1 %
Groupe Martin	5,0 %	2,4 %	7,4 %	11,1 %
HNA	7,0 %	4,9 %	10,3 %	11,1 %
Barbion	3,3 %	2,4 %	4,8 %	5,6 %
Autres	33,1 %	56,1 %	10,3 %	11,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

57. Dans une telle configuration, les positions de marché du groupe Wane, sur le marché global de l'hôtellerie classée dans l'archipel de la Société, se rapprocheraient également davantage de celles du groupe leader, à savoir le groupe Pacific Beachcomber, tout en leur restant inférieures et en ne dépassant pas le seuil de 20 % pour ce qui concerne les chambres et de 10 % pour les actifs hôteliers.
58. Sur un éventuel marché des hôtels de luxe (4-5 étoiles) dans l'archipel de la Société, la prise en compte des capacités d'hébergement de l'hôtel Hilton de Tahiti renforce davantage la position du groupe acquéreur. Avec 27,6 % des chambres et 22,2 % des actifs hôteliers, le groupe Wane occuperait une position proche de celle du groupe leader, le groupe Pacific Beachcomber (30 % des chambres et 27,8 % des hôtels).
59. Il résulte de ce qui précède que, sur les segments de marché des propriétaires d'hôtels actuellement en exploitation, la part détenue par la nouvelle entité reste toujours inférieure à 22 %, quelle que soit la segmentation retenue, en termes géographique ou de produit, avec un incrément toujours inférieur à 7 points. Par conséquent, si la position du groupe acquéreur se renforce à la faveur de la présente opération, celui-ci n'est leader sur aucun segment de marché considéré. L'opération n'est donc pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur les segments de marché des propriétaires d'hôtels en Polynésie française.

60. En tenant compte de la réouverture éventuelle de l'hôtel Hilton de Tahiti, la part de marché du groupe Wane se renforce sensiblement (jusqu'à 29,5 % des chambres, mais avec un incrément jamais supérieur à 6 points). Toutefois, elle reste inférieure à celle du groupe Pacific Beachcomber, à l'exception du segment des hôtels de luxe en Polynésie française sur lequel le groupe Wane deviendrait leader, avec des parts de marché très légèrement supérieures à celles de son principal concurrent. L'analyse concurrentielle reste cependant inchangée compte tenu, notamment, de l'incertitude sur le moment où pourrait commencer l'exploitation de cet hôtel dans un contexte où l'ensemble du secteur hôtelier polynésien est soumis à un fort aléa en raison de la crise sanitaire mondiale.

## **2. S'AGISSANT DE LA CONCURRENCE ENTRE LES GESTIONNAIRES D'HOTELS**

61. *S'agissant des groupes exploitant et gérant les hôtels en Polynésie française, dans l'archipel de la Société ou dans les Iles-du-Vent*, l'opération ne modifie pas les parts de marché détenues par le groupe Accor, qui continue d'exploiter quatre hôtels en Polynésie française. Elle est donc sans effet concurrentiel sur ces segments de marché.
62. A titre d'information, les parts de marché du groupe Accor sont comprises entre 8,9 % et 25 % des actifs hôteliers et entre 12,6 % et 27,1 % des chambres, selon la segmentation envisagée. Outre le fait qu'elles ne sont pas modifiées par l'opération, elles dépassent à peine 25 %, sur quelques segments de marché.
63. En tenant compte de l'ouverture possible de l'hôtel Hilton de Tahiti à l'horizon fin 2020 ou 2021, les positions de marché des groupes gestionnaires d'hôtels seraient modifiées. Toutefois, que l'hôtel soit géré en propre par le groupe Wane ou qu'il soit exploité par le groupe Hilton ne modifierait pas les conclusions de l'analyse concurrentielle dans la mesure où ces deux groupes sont aujourd'hui faiblement présent sur le marché des gestionnaires d'hôtels en Polynésie française.

**Conclusion sur les effets horizontaux :** L'opération n'est donc pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur le marché de l'hôtellerie en Polynésie française.

## **B. ANALYSE DES EFFETS VERTICAUX**

64. Une concentration ayant des effets verticaux est susceptible d'engendrer des gains d'efficacité et de favoriser la concurrence (par l'intégration d'activités complémentaires, l'internalisation des doubles marges, la réduction des coûts de transaction, une meilleure organisation du processus de production...). Elle peut cependant restreindre la concurrence en rendant plus difficile l'accès aux marchés sur lesquels la nouvelle entité sera active, voire en évinçant les concurrents ou en les pénalisant par une augmentation de leurs coûts. Ce verrouillage peut viser notamment les marchés amont lorsque la branche aval de l'entreprise intégrée refuse d'acheter les produits des fabricants actifs en amont et réduit ainsi leurs débouchés commerciaux. Cependant, la pratique décisionnelle des autorités de concurrence écarte en principe les risques de verrouillage lorsque la part de l'entreprise issue de l'opération sur les marchés concernés ne dépasse pas 30 %.

## **1. ENTRE LE MARCHÉ DES AGENCES RECEPTIVES ET LES MARCHES DE L'HOTELLERIE**

65. En l'espèce, au regard des activités exercées par les parties, l'opération serait susceptible d'engendrer des effets verticaux entre le marché de l'hôtellerie internationale et les marchés des agences réceptives. En effet, les fournisseurs des DMC sont les prestataires de services touristiques, notamment des hôtels.
66. Cependant, selon les données fournies par la partie notifiante, Tahiti Islands Travel ne représente qu'environ 1 % du marché des DMC en Polynésie française alors que la part de marché du groupe Wane sera toujours inférieure à 25 % à l'issue de l'opération sur les marchés de l'hôtellerie internationale, quelle que soit la segmentation retenue.
67. En conséquence, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux sur ces marchés.

## **2. ENTRE LES MARCHES DE L'APPROVISIONNEMENT DES HOTELS EN PRODUITS ALIMENTAIRES, NON ALIMENTAIRES ET EN BOISSONS, ET LES MARCHES DE L'HOTELLERIE**

68. Par l'opération notifiée, le groupe acquéreur, présent sur les marchés amont de la production, de l'importation et de la distribution de produits alimentaires, non alimentaires et de boissons, ainsi que sur les marchés de l'hôtellerie, se renforce sur ces derniers marchés *via* l'acquisition de l'hôtel Sofitel de Moorea. Or, le groupe acquéreur est également fournisseur de produits (alimentaires, boissons, DPH) pouvant être destinés à l'hôtellerie et ses filiales BevCo et Wan D ont conclu des contrats d'approvisionnement avec certains hôtels.
69. Par sa présence sur les marchés de l'hôtellerie, le groupe acquéreur pourrait être tenté de cesser de s'approvisionner auprès de ses concurrents sur les marchés de la production/distribution de produits alimentaires et de boissons en recourant prioritairement ou exclusivement à ses filiales actives dans la distribution de produits alimentaires, non alimentaires et de boissons.
70. Néanmoins, le groupe Wane n'exercera qu'un contrôle conjoint sur l'hôtel cible, le groupe Accor se chargeant de la gestion opérationnelle et en particulier de la politique d'achat, selon les standards de qualité de la marque Sofitel.
71. En outre, la mise en œuvre éventuelle d'une stratégie de verrouillage de l'accès aux débouchés ne priverait pas les concurrents distributeurs de produits alimentaires, non alimentaires et de boissons de débouchés alternatifs, ceux-ci ayant encore la possibilité de satisfaire, sur le segment des hôtels, la demande des hôtels concurrents. En effet, comme rappelé précédemment, sur l'ensemble de la Polynésie française, le groupe acquéreur ne disposera que de 14,2 % du nombre de chambres et 8,9 % du nombre d'hôtels. En tenant compte de l'éventuelle réouverture de l'hôtel Hilton de Tahiti, le groupe acquéreur disposerait alors, sur l'ensemble de la Polynésie française, de 20 % du nombre de chambres et 10,9 % du nombre d'hôtels. Dans ces conditions, les effets d'une éventuelle cessation des relations commerciales entre les hôtels du groupe acquéreur et les fournisseurs concurrents seraient limités.
72. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux entre les marchés de l'approvisionnement des hôtels en produits alimentaires, non alimentaires et en boissons, et les marchés de l'hôtellerie.

## DÉCISION

**Article unique** : L'opération notifiée sous le numéro 20-0002 C est autorisée.

Délibéré par Jacques Mérot, président, Aline Baldassari et Youssef Guenzoui, membres.

Le président,

Jacques MEROT