

**Décision n° 2017-CC-04 du 31 mai 2017
relative à la prise de contrôle exclusif de Compagnie touristique
polynésienne par South Seas Resort Limited (groupe HNA)**

L'Autorité polynésienne de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet à l'Autorité polynésienne de la concurrence le 27 avril 2017, relatif à la prise de contrôle par la société South Seas Resort Limited de la Compagnie Touristique Polynésienne, formalisé par un contrat de cession d'actions et de comptes courants du 7 décembre 2016 et son avenant du 9 février 2017 ;

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. HNA Tourism (HK) Group Co. Limited (ci-après « HNA Tourism HK ») est une société de droit hongkongais, filiale à 100 % de la société de droit chinois HNA Tourism Group Co. Limited (ci-après « HNA Tourism »), elle-même détenue par le groupe chinois HNA. Ce dernier est un conglomérat fondé en 1993, organisé autour de différents pôles d'activité, dont les principaux sont le tourisme (HNA Tourism), l'aviation (HNA Aviation), les services bancaires et financiers (HNA Capital), la logistique (HNA Logistics) et le capital-investissement (HNA Holding). HNA Tourism est présente en Asie, en Europe, en Amérique du Sud et en Amérique du Nord, à travers une vingtaine de filiales. Elle offre une gamme complète de services intégrés liés au secteur du tourisme, tels que le transport aérien, l'hébergement, l'organisation de voyages ou encore les services financiers (change). En

Polynésie française elle détient, via sa filiale à 100 % South Seas Resort Limited, trois sociétés actives dans le secteur hôtelier :

- Moorea Lagoon Resort & Spa (ci-après « HMLR ») qui possède et exploite en propre l'hôtel Hilton Moorea Lagoon Resort & Spa situé à Papetoai, sur l'île de Moorea (ci-après le « Hilton Moorea »). Il s'agit d'un hôtel de tourisme de luxe (5 étoiles) disposant de 144 chambres et bungalows de luxe, de trois restaurants et d'un spa.
 - Société Hôtelière Motu Ome'e (ci-après « SHMO ») qui possède l'hôtel Saint Regis Bora Bora Resort (ci-après « Saint Regis Bora Bora ») qui est exploité par un tiers, la société Sheraton Overseas Management Corporation, filiale du groupe hôtelier Starwood. Le Saint Regis Bora Bora est un hôtel de tourisme de luxe (5 étoiles), disposant de 89 chambres et villas sur pilotis, de quatre restaurants et d'un spa.
 - Bora Bora Eden Cruise (ci-après « BBEC ») qui assure, au moyen de 5 bateaux, un service de transport maritime dédié aux clients et employés de l'hôtel Saint Regis Bora Bora.
2. La Compagnie Touristique Polynésienne est une société anonyme, détenue par la SCP Mahana Investment, qui a pour objet la détention et l'exploitation d'un hôtel, le Manava Beach Resort & Spa Moorea, situé sur le site de Maharepa à Moorea. Il s'agit d'un hôtel de tourisme de luxe (4 étoiles¹) disposant de 94 chambres, bungalows et villas sur pilotis, d'un restaurant et d'un spa.
 3. L'opération, formalisée par un contrat de cession d'actions et de comptes courants du 7 décembre 2016 (modifié par avenant le 9 février 2017), consiste en l'acquisition, par le groupe HNA, via South Seas Resort Limited, de la totalité des actions de la Compagnie Touristique Polynésienne.
 4. Le Manava Beach Resort & Spa Moorea restera exploité par le groupe hôtelier South Pacific Management (ci-après « SPM »). Il convient donc d'examiner si SPM détient, au travers de ce contrat de gestion, un contrôle conjoint sur cet hôtel.
 5. Lors de précédentes opérations de concentration², l'Autorité polynésienne de la concurrence a considéré que les contrats de gestion liant les propriétaires des hôtels aux groupes hôteliers contenaient des clauses assurant au gestionnaire un contrôle conjoint sur les hôtels concernés si elles permettaient au groupe hôtelier de :
 - préparer le *business plan* et de le soumettre au propriétaire, l'accord des deux parties étant nécessaire pour son approbation. En cas de désaccord, le litige est soumis à un expert ;
 - d'avoir la qualité d'opérateur exclusif pour le compte du propriétaire. A ce titre, il exploite et gère l'hôtel (fixe le prix des chambres, gère les ressources humaines et fournit des services centralisés pour l'ensemble des hôtels de la chaîne hôtelière en respectant des standards de qualité) ;
 - en cas de vente de l'hôtel, le groupe hôtelier dispose du droit de donner son avis sur l'acquéreur, désigner un potentiel repreneur et, au besoin, un expert pourra être nommé en premier et dernier ressort afin de trancher la question ;
 - de conserver la gestion pour une durée normale de 10 ans.
 6. En l'espèce, le contrat de gestion liant le groupe HNA, via South Seas Resort Limited, à SPM contient des clauses similaires aux contrats examinés précédemment par l'Autorité

¹ Arrêté n° 3262 PR du 18 novembre 2008

² Voir en dernier lieu, les décisions APC n° 2016-CC-03 du 6 octobre 2016, n° 2016-CC-05 du 13 décembre 2016, n° 2017-CC-02 du 23 mars 2017 et n° 2017-CC-03 du 27 avril 2017

polynésienne de la concurrence³, la durée du contrat étant de [...] ans renouvelable automatiquement pour [...] ans si le résultat brut d'exploitation cumulé des exercices 2016, 2017 et 2018 est supérieur à [...] millions de francs CFP. Si à l'échéance du contrat, le groupe HNA Tourism devait reprendre en propre la gestion de l'hôtel ou la confier à un autre gestionnaire, cette opération constituerait une nouvelle opération de concentration au sens du code de la concurrence.

7. A l'issue de l'opération, le groupe HNA détiendra donc, *via* l'acquisition de la totalité des actions de la Compagnie Touristique Polynésienne, le contrôle conjoint de l'hôtel Manava Beach Resort & SPA Moorea aux côtés de SPM. L'opération notifiée constitue donc une opération de concentration au sens de l'article LP 310-1 du code de la concurrence.
8. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaires hors taxe total en Polynésie française de plus de 2 milliards de francs CFP (Groupe acquéreur : [...] milliards de F. CFP pour l'exercice clos le 31 décembre 2015 ; entreprise cible : [...] millions de F. CFP pour l'exercice clos le 31 décembre 2015). Une de ces entreprises au moins 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.

II. DELIMITATION DES MARCHES PERTINENTS

9. L'opération concerne le secteur de l'hôtellerie de tourisme en Polynésie française, l'entreprise cible et le groupe HNA étant simultanément présents dans ce secteur avec respectivement un hôtel 4 étoiles et deux hôtels 5 étoiles.
10. Par ailleurs, si HNA Group n'est pas actuellement présent sur des marchés amont ou aval du marché de l'hôtellerie en Polynésie française, il est un entrant potentiel sur le marché connexe du transport aérien de passagers entre la Chine et la Polynésie française, *via* sa filiale HNA Aviation⁴. La présente opération est donc susceptible d'entraîner des effets congloméraux potentiels entre le marché de l'hôtellerie touristique et le marché du transport aérien de passagers entre la Chine et la Polynésie française.

A. LES MARCHES DE L'HOTELLERIE

11. En Polynésie française, l'offre d'hébergement de tourisme est 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. Seule la première

³ L'article 2.2.3 du contrat de gestion entre SPM et la CTP prévoit cependant que le gestionnaire « propose [chaque année] à l'approbation du concédant [CTP] la politique de tarifs publics et préférentiels accordés aux divers clients tours opérateurs qui devront être obligatoirement approuvés par le concédant »

⁴ Un accord de coopération conclu le 28 août 2014 entre le gouvernement polynésien et le gouvernement chinois envisage la possibilité d'effectuer des vols directs entre l'aéroport de Tahiti-Faa'a et trois villes de Chine (Pékin, Shanghai et Canton). La partie notifiante se déclare intéressée par l'ouverture de lignes aériennes régulières entre Pékin et Papeete

catégorie des hôtels et résidences de tourisme international est concernée par la présente opération. L'Autorité polynésienne de la concurrence⁵ a envisagé plusieurs types de segmentation.

12. En premier lieu, une distinction selon le degré de confort de l'hôtel a été retenue⁶, et plusieurs méthodes de segmentation ont été envisagées : regroupement par paires d'étoiles (1-2 étoiles ; 2-3 étoiles ; 3-4 étoiles) ; regroupement en tenant compte de la catégorie immédiatement inférieure et de la catégorie immédiate supérieure (1-3 étoiles ; 2-4 étoiles) ; distinction entre catégorie économique (1-3 étoiles) et catégorie d'hôtellerie de luxe (4 étoiles et plus).
13. La partie notifiante considère que cette segmentation, selon le prix ou le classement des hôtels, n'est pas pertinente en Polynésie française en raison de la grande variété des hôtels qui y sont présents avec près de 20 hôtels 4 et 5 étoiles. Elle estime en effet que même si l'hôtel cible appartiendrait formellement à la même catégorie des hôtels de luxe que ceux détenus par le groupe acquéreur, cet hôtel n'a pas les caractères d'un hôtel 4 étoiles en termes de qualité de l'offre et de positionnement.
14. En Polynésie française, la délibération n° 2000-140 APF du 30 novembre 2000 modifiée⁷ prévoit un classement des hôtels et résidences de tourisme international par nombre d'étoiles croissant de deux à cinq. 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).
15. En l'espèce, la question de la délimitation exacte des marchés de l'hôtellerie peut être laissée ouverte dans la mesure où quelle que soit la segmentation retenue, les conclusions de l'analyse seront inchangées. Les hôtels des parties à l'opération sont des hôtels quatre (hôtel cible) et cinq étoiles (hôtels de l'acquéreur) entrant dans la catégorie des hôtels de luxe. L'analyse concurrentielle sera donc menée à la fois sur un marché englobant l'ensemble de l'hôtellerie classée et sur les éventuels segments des hôtels de luxe.
16. En second lieu, une segmentation selon le mode d'exploitation des établissements a été envisagée par les autorités de concurrence, en fonction de leur appartenance ou non à une chaîne d'hôtels.
17. En Polynésie française, la quasi-totalité des hôtels de luxe est affiliée à une chaîne⁸, de sorte qu'une segmentation du marché en fonction du mode d'exploitation des établissements n'aurait aucun effet sur les résultats de l'analyse concurrentielle.
18. 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.
19. La partie notifiante estime que le marché géographique pertinent de l'hôtellerie recouvre l'ensemble du territoire de la Polynésie française.

⁵ Notamment dans ses décisions n° 2016-CC-03 du 6 octobre 2016 et n° 2016-CC-05 du 23 décembre 2016

⁶ 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

⁷ Délibération n° 2006-2 APF du 26 janvier 2006

⁸ 19 hôtels de luxe sur les 22 que compte la Polynésie française sont affiliés à une chaîne hôtelière

20. Cependant, ainsi que l'a retenu précédemment l'Autorité polynésienne de la concurrence⁹, 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 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 des paysages et une végétation différents de ceux des îles hautes composant l'archipel de la Société.
21. De plus, selon les données de l'ISPF¹⁰, l'archipel de la Société représente à lui seul 93 % de l'offre de chambres à louer et 95 % des chambres louées, tous hôtels confondus en 2016. Pour les seuls hôtels de luxe, l'archipel de la Société représente 94 % de l'offre de chambres à louer et 96 % des chambres louées en 2015. Au sein de l'archipel de la Société, Bora Bora, Tahiti et Moorea sont les trois îles les plus touristiques puisqu'elles représentent les deux tiers des chambres que compte le territoire.
22. Selon l'Institut d'émission d'outre-mer¹¹, Bora Bora revêt un statut particulier puisque 65 % des touristes en séjour en Polynésie française en 2013 se sont rendus à Bora Bora. 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 (120 328 touristes), devant Bora Bora (101 609 touristes) et Moorea (85 133 touristes)¹². Selon l'ISPF¹³, si la fréquentation touristique de Moorea est inférieure de 29,2 % à celle de Tahiti, le revenu moyen par chambre est par ailleurs supérieur de 38,5 % (24 676 F/nuit contre 17 807 F/nuit).
23. En l'espèce, 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 inchangées.

B. LES MARCHES DU TRANSPORT AERIEN INTERNATIONAL DE PASSAGERS

24. Le marché du transport aérien de passagers est usuellement segmenté¹⁴ ligne par ligne, de sorte que chaque liaison entre un point d'origine et un point de destination constitue un marché distinct.
25. Au sein de ce marché, les autorités de concurrence, dont s'est inspiré l'Autorité polynésienne de la concurrence¹⁵, ont envisagé plusieurs types de segmentation. Ainsi, les autorités de concurrence distinguent traditionnellement les groupes de passagers entre les passagers

⁹ Notamment dans ses décisions n° 2016-CC-01 du 6 juillet 2016 et n° 2016-CC-02 du 29 août 2016

¹⁰ <http://outremers360.com/wp-media/uploads/2017/04/tb-2016.pdf>

¹¹ http://www.ieom.fr/IMG/pdf/ne147_eclairage_tourisme_pf.pdf ou rapport annuel 2015 de l'IEOM pour la Polynésie française, p. 105

¹² Chiffres de 2014 : <http://www.ispf.pf/themes/SystemeProductif/Tourisme/Details.aspx> ; les chiffres actualisés pour 2016 (non disponibles sous forme de tableau) conservent la hiérarchie de fréquentation par île avec dans l'ordre 136 644 touristes pour Tahiti, 109 222 pour Bora Bora et 98 664 pour Moorea

¹³ Bilan du tourisme en Polynésie française en 2015

¹⁴ Voir, par exemple, la décision de la Commission européenne n° COMP/M.7333 Alitalia/Etihad du 14 novembre 2014 ou la décision de l'Autorité de la concurrence nationale n° 09-DCC-17 du 7 juillet 2009

¹⁵ Décision n° 2016-CC-01 du 6 juillet 2016 relative à la prise de contrôle exclusif par HNA Tourism (groupe HNA) de la société South Seas Resort Limited (groupe Louis Wane)

sensibles au temps (essentiellement en voyage d'affaires) et les passagers non sensibles au temps (touristes).

26. De même, une segmentation entre vols directs et vols avec escale a été examinée et il est généralement admis que les vols avec escale ne sont pas substituables aux vols directs court ou moyen-courriers (moins de 6 heures de vol) mais qu'ils le sont pour les vols long-courriers dans certaines circonstances (notamment si l'augmentation du temps de trajet résultant de l'escale n'excède pas 150 minutes). La question a toutefois été laissée ouverte.
27. En l'espèce, la question de la délimitation exacte des marchés du transport aérien peut être laissée ouverte dans la mesure où quelle que soit la segmentation retenue, les conclusions de l'analyse seront inchangées.
28. Aucune des filiales d'HNA Group actives dans le secteur du transport aérien de passagers n'opère de vols, directs ou indirects, réguliers ou charters, au départ ou à destination de la Polynésie Française. Cependant, HNA Group envisage (même si c'est à un horizon indéterminé) l'ouverture de lignes aériennes régulières entre Pékin et Papeete. HNA Group est donc un opérateur potentiel sur ce marché.

III. ANALYSE CONCURRENTIELLE

A. LES EFFETS HORIZONTALAUX

29. L'acquéreur et la cible sont présents en Polynésie française sur les marchés de l'hôtellerie avec deux hôtels cinq étoiles et un hôtel quatre étoiles. L'acquéreur possède en effet deux hôtels cinq étoiles à Bora-Bora (Îles Sous-le-Vent) et à Moorea (Îles-du-Vent) dans l'archipel de la Société alors que la cible dispose d'un hôtel quatre étoiles à Moorea.
30. Les parts de marché du groupe HNA à l'issue de l'opération seront les suivantes, sur les différentes segmentations du marché géographique possibles où les activités des parties se chevauchent (soit sur l'ensemble de la Polynésie française, l'archipel de la Société, les Îles du Vent et Moorea) :

2017	Tous Hôtels		4 & 5 étoiles	
	Nb Chambres	Nb Hôtels	Nb Chambres	Nb Hôtels
Polynésie française	10,6%	6,8%	15,2%	13,6%
Archipel de la Société	11,3%	7,7%	16,0%	15,0%
Îles-du-Vent	12,8%	9,5%	20,3%	25,0%
Moorea	33,1%	20,0%	43,8%	50,0%

31. Les parts de marché cumulées des parties sont les plus importantes sur l'île de Moorea où elles peuvent atteindre 50 % sur le segment des hôtels de luxe (4 et 5 étoiles).
32. A Moorea, la nouvelle entité représentera 43,8 % (23,2 % pour l'hôtel du groupe acquéreur et 20,6 % pour l'hôtel cible) de l'offre de chambres et 50 % (25 % + 25 %) des hôtels de luxe (4 et 5 étoiles). Cependant, elle y fera face à la concurrence des groupes Pacific Beachcomber et Grey, qui représentent respectivement 31,5 % et 24,7 % de l'offre de chambres (25 % chacun des hôtels).

33. La constitution de la nouvelle entité a pour effet de diminuer faiblement la pression concurrentielle puisque l'hôtel demeure soumis à un contrôle conjoint de SPM. A Moorea, les deux hôtels du groupe HNA seront, pour l'un, contrôlé exclusivement par HNA¹⁶ (via une franchise Hilton) et, pour l'autre, contrôlé conjointement par SPM. La commercialisation et la vente des chambres des deux hôtels continueront donc à être assurées indépendamment.
34. Les parts de marché en ce qui concerne les groupes qui continueront à gérer indépendamment la commercialisation et la vente des chambres des hôtels via leur propre réseau de réservation, n'ont pas évolué à l'issue de l'opération de concentration. Elles demeurent les suivantes sur l'île de Moorea, selon la segmentation retenue :

Exploitant	Tous Hôtels		4 & 5 étoiles	
	Nb Chambres	Nb Hôtels	Nb Chambres	Nb Hôtels
IHG	23,8%	10%	31,5%	25%
AccorHotels	18,7%	10%	24,7%	25%
HNA	17,5%	10%	23,2%	25%
SPM	15,6%	10%	20,6%	25%
Autres	24,3%	60%	-	-
Total	100%	100%	100%	100%

35. Toutefois, si la gestion de l'hôtel cible venait à être partiellement ou totalement unifiée, par un contrôle exclusif du groupe HNA ou un changement de contrôle conjoint, cette opération constituerait une nouvelle opération de concentration au sens du code de la concurrence qui devrait être notifiée.
36. En l'état, l'opération n'est donc pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux.

B. LES EFFETS CONGLOMERAUX POTENTIELS

37. Une concentration est susceptible d'entraîner des effets congloméraux lorsque la nouvelle entité étend ou renforce sa présence sur des marchés dont la connexité peut lui permettre d'accroître son pouvoir de marché. L'entreprise augmente ainsi les ventes d'un produit sur un marché en exploitant la forte position dont elle dispose sur le marché d'un autre produit auquel le premier produit est lié ou groupé.
38. Au cas d'espèce, aucune filiale de HNA Group n'est active en Polynésie française en dehors de South Seas Resort Limited, qui détient les participations du groupe dans le secteur hôtelier. Toutefois, le groupe HNA, dans le cadre plus global de ses projets d'investissements en Polynésie française, déclare envisager l'ouverture d'une ligne aérienne régulière entre Pékin et Papeete et espère être en mesure de transporter 150 000 touristes chinois par an sur cette ligne à l'horizon 2020. Elle est donc un entrant potentiel sur le marché du transport de passagers entre la Chine et la Polynésie française qui présente des liens de connexité avec le marché d'hôtellerie sur lequel est présente la cible. Il convient donc d'examiner si la nouvelle entité aura la possibilité de lier, techniquement ou commercialement, les ventes de ces deux produits, si elle serait incitée à le faire et si une stratégie de verrouillage aurait un effet significatif sur les marchés en cause.

¹⁶ Le contrat de franchise liant HNA au groupe Hilton (article 6.a.15) précise que les capacités de l'hôtel doivent être réservées en priorité à la clientèle du service de réservation centralisé du réseau Hilton

39. S'agissant de la capacité à verrouiller le marché, il convient de noter que l'hôtel Manava Beach Resort & Spa Moorea est exploité par le groupe SPM. Or, le contrat de gestion (articles 2.2.5 et 2.2.9) prévoit que l'occupation de l'hôtel est assurée par la centrale de réservation du groupe SPM qui fixe les prix des chambres, et que l'hôtel sera répertorié dans tous les systèmes de réservation actuels ou futurs de réservation et dans les systèmes globaux de distribution (systèmes de réservation des compagnies aériennes). Le groupe HNA disposera donc de facultés très réduites pour réserver des capacités hôtelières aux passagers potentiels de ses vols entre la Chine et la Polynésie française.
40. S'agissant de l'incitation à verrouiller le marché, compte tenu du taux de remplissage des hôtels de luxe en Polynésie française, la nouvelle entité pourrait être incitée à améliorer le taux de remplissage de ses hôtels en augmentant le nombre de touristes chinois y résidant, à tout le moins à certaines périodes de l'année. En effet, selon les données de l'ISPF, le coefficient moyen de remplissage des hôtels de luxe était de 73,8 % en 2016, avec une forte saisonnalité (le coefficient moyen de remplissage de janvier s'établissant à 53,8 % et celui d'octobre à plus de 80,6%). Le taux d'occupation de l'hôtel cible a été en moyenne de [...] % en 2016.
41. S'agissant de l'effet d'une stratégie de verrouillage sur les marchés, on notera que pour l'année 2016, avant la mise en place éventuelle de la ligne aérienne entre la Polynésie française et la Chine, les touristes chinois ne représentent que 5 671 des 138 559 touristes séjournant en hébergement terrestre marchand en Polynésie française¹⁷, soit 4 %. Les effets d'une stratégie de verrouillage seraient donc très limités.
42. A l'inverse, si le nombre de touristes chinois devait atteindre 150 000 d'ici à 2020 comme a pu le prévoir le groupe HNA, les hôtels du groupe ne seraient pas en mesure d'absorber une telle demande, pas plus que les autres hôtels de Polynésie française. Une stratégie de verrouillage serait donc inopérante.
43. En effet, l'arrivée escomptée de 150 000 touristes chinois en Polynésie française aurait pour effet de quasi doubler la fréquentation touristique en Polynésie française. En supposant que la part de touristes chinois séjournant en hébergement terrestre payant reste identique à ce qu'elle est aujourd'hui, à savoir 94,72%¹⁸, ce sont 142 083 touristes nouveaux qui s'orienteraient vers ce type d'hébergement. En faisant l'hypothèse que cette nouvelle clientèle serait essentiellement constituée de couples, résidant 8,1 jours en Polynésie française¹⁹, elle représenterait alors une demande additionnelle de nuitées de l'ordre de 568 332 par an²⁰. Or, sur le marché de l'hôtellerie de tourisme en Polynésie française, l'offre de nuitées s'élève à 743 429 en 2016 dont 514 341 sont utilisées par les 138 559 touristes actuels en hébergement terrestre payant par an²¹. La capacité résiduelle des hôtels de tourisme polynésiens (229 088) est donc insuffisante pour absorber les 568 332 nuitées que représenterait la nouvelle clientèle chinoise²². Dans ces conditions une stratégie de vente liée par le groupe HNA serait sans incidence sur les hôtels concurrents des parties qui bénéficieraient mécaniquement de cette arrivée massive de touristes.

¹⁷ Données ISPF pour 2016

¹⁸ Données ISPF pour 2016

¹⁹ Selon l'ISPF, la durée moyenne de séjour en Polynésie française d'un touriste originaire de Chine s'élève à environ 8,1 jours pour l'année 2016

²⁰ Les touristes restant 8,1 jours passent environ 8 nuits : 71 041 couples x 8 nuits = 568 332 nuitées.

²¹ Données ISPF pour l'année 2016

²² En l'absence de données disponibles, ce raisonnement ne tient pas compte des touristes chinois séjournant en petite hôtellerie familiale

44. L'opération n'est donc pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets congloméraux.

DÉCISION

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 17/004 C est autorisée.

Délibéré par Jacques Mérot, *président*, Hinano Bagnis, Maïana Bambridge et Julien Vucher-Visin, *membres*.

Le président,

Jacques MEROT