AUTORITÉ POLYNÉSIENNE DE LA CONCURRENCE

TE MANA TATA'URA'A MĀTETE I PŌRĪNETIA

DECISION N° 2022-CC-01 DU 19 JANVIER 2022 RELATIVE À LA PRISE DE CONTRÔLE EXCLUSIF PAR DAZHONG TRANSPORTATION (GROUPE DAZHONG) DES SOCIÉTÉS MOOREA LAGOON RESORT ET BORA BORA EDEN CRUISE, ET PRISE DE CONTRÔLE CONJOINT PAR DAZHONG TRANSPORTATION (GROUPE DAZHONG) DE LA SOCIÉTÉ HÔTELIÈRE MOTU OME'E AUX CÔTÉS DU GROUPE MARRIOTT

L'Autorité polynésienne de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet à l'Autorité polynésienne de la concurrence le 3 janvier 2022, relatif à la prise de contrôle par Dazhong Transportation (groupe Dazhong) des sociétés Moorea Lagoon Resort et Bora Bora Eden Cruise, et prise de contrôle conjoint par Dazhong Transportation (groupe Dazhong) de la Société Hôtelière Motu Ome'e aux côtés du groupe Marriott ;

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. ENTREPRISES CONCERNÉES ET L'OPÉRATION

1. **La société acquéreuse est Dazhong Transportation (Hong Kong) Limited** (ci-après « DTHK »), société de droit hongkongais, filiale à 100 % de la société de droit chinois Dazhong Transportation (Group) Co Ltd, basée à Shanghai, elle-même détenue majoritairement par Dazhong Public Utilities (Group) Co Ltd (ci-après « groupe Dazhong »), société enregistrée et basée en Chine.
2. La société Dazhong Transportation (Group) Co Ltd est présente dans le secteur du tourisme en Chine continentale, à travers la détention d'hôtels dans la ville de Shanghai et de la société Shanghai Dazhong International Travel Service qui exerce une activité d'agence de voyage internationale et d'agence réceptive (Destination Management Company, ci-après « DMC ») à Shanghai.
3. Aucune des filiales du groupe Dazhong n'a d'activité en Polynésie française.
4. **Les sociétés cibles** sont actives dans le secteur du tourisme en Polynésie française :
    a) La ***SASU Moorea Lagoon Resort*** (ci-après « MLR »), qui détient et exploite en propre l'hôtel cinq étoiles Hilton Moorea Lagoon Resort situé à Papetoai, sur l'île de Moorea (ci-après le « Hilton Moorea ») ;
    b) La ***SAS Société Hôtelière Motu Ome'e*** (ci-après « SHMO »), qui détient l'hôtel cinq étoiles Saint Regis Bora Bora Resort (ci-après « Saint Regis Bora Bora »), géré par la société Sheraton Overseas Management Corporation, filiale du groupe hôtelier ***Mariott International*** (ci-après « Mariott ») ;
    c) La ***SARL 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.

5. Avant l'opération notifiée, ces sociétés sont détenues à hauteur de 100 % de leur capital par South Seas Resort Limited (ci-après « SSRL »), société de droit hongkongais, précédemment détenue par le groupe polynésien Wane et rachetée en 2016 par HNA Tourism (ci-après « HNA »). La prise de contrôle par HNA de SSRL a été autorisée par l'Autorité polynésienne de la concurrence (ci-après l'« Autorité ») par sa décision n° 2016-CC-01 du 6 juillet 2016. L'opération a consisté en la prise de contrôle exclusif, par HNA, des sociétés MLR et BBEC, et en la prise de contrôle conjoint, par HNA aux côtés du groupe Starwood alors gestionnaire de l'hôtel Saint Regis Bora Bora, de la société SHMO.

6. L'opération notifiée, formalisée par une offre d'achat, ne consiste pas en l'acquisition par le groupe Dazhong de la société SSRL, mais en l'acquisition par le groupe Dazhong, *via* sa filiale Dazhong Transportation (Hong Kong) Limited, du capital des sociétés SHMO, MLR et BBEC, actuellement détenues par SSRL. À l'issue de l'opération, Dazhong Transportation (Hong Kong) Limited détiendra 100 % du capital de SHMO, MLR et BBEC[1].

7. À l'issue de l'opération, l'hôtel Saint Regis Bora Bora restera exploité par le groupe hôtelier Mariott. L'Autorité avait considéré, dans sa décision n° 2016-CC-01 du 6 juillet 2016 précitée, que le gestionnaire de l'hôtel Saint Regis Bora Bora (Starwood alors) détenait le contrôle conjoint de SHMO aux côtés du propriétaire de l'hôtel, étant donné les modalités du contrat de gestion. Celui-ci a été reconduit […] les parties ayant par ailleurs l'objectif de poursuivre leur association jusqu'au […].

8. Par conséquent, à l'issue de l'opération, les critères retenus par l'Autorité pour considérer que le gestionnaire de l'hôtel en détient le contrôle conjoint resteront remplis, à savoir :

   - Marriott dispose d'un droit de veto sur le *business plan* de l'hôtel : Marriott prépare le *business plan* et le soumet au propriétaire, l'accord des deux parties étant nécessaire pour son approbation. En cas de désaccord, le litige est soumis à un arbitre ;
   - Marriott a la qualité d'opérateur exclusif pour le compte du propriétaire. À ce titre, il établit le prix des chambres, gère les ressources humaines et fournit des services centralisés ;
   - en cas de vente de l'hôtel, Marriott dispose du droit de donner son avis sur l'acquéreur, tant du point de vue de ses ressources financières que de sa réputation ;
   - les contrats sont d'une durée de 10 à 15 ans.

9. Le groupe Dazhong indique qu'il souhaite que cet hôtel reste exploité par le groupe Marriott et précise que l'opération n'aura aucune incidence sur les modes de gestion et contrats de franchise en cours concernant les établissements hôteliers exploités par les sociétés SHMO et MLR. Le groupe Marriott détient donc un contrôle conjoint sur l'hôtel Saint Regis Bora Bora. Si à l'échéance du contrat, SHMO devait reprendre en propre la gestion de l'hôtel, cette opération constituerait une nouvelle opération de concentration au sens du code de la concurrence.

10. À l'issue de l'opération, le groupe Dazhong, *via* l'acquisition de 100 % de leur capital, détiendra donc le contrôle exclusif des sociétés MLR et BBEC et un contrôle conjoint de la société SHMO aux côtés du groupe Marriott. SSRL restera la propriété du groupe HNA. L'opération notifiée constitue donc une opération de concentration au sens de l'article LP. 310-1-1 du code de la concurrence.

II. CONTRÔLABILITÉ DE L'OPÉRATION

11. En vertu de l'article LP 310-2 du code de la concurrence, la présente opération doit être contrôlée par l'Autorité si les deux conditions cumulatives ci-dessous sont remplies :

   - d'une part, « *le chiffre d'affaires total hors taxes réalisé en Polynésie française de l'ensemble des entreprises ou groupes de personnes physiques ou morales parties à la concentration [doit être] supérieur à 2 milliards de francs CFP* » ;

[1] […]

– d'autre part, « *le chiffre d'affaires total hors taxes réalisé individuellement en Polynésie française par deux au moins des entreprises ou groupes de personnes physiques ou morales concernés [doit être] supérieur à 500 millions de francs CFP* ».

12. Les parties à la concentration (les sociétés DTHK, MLR, SHMO et BBEC) réalisent ensemble un chiffre d'affaires hors taxe total en Polynésie française de plus de 2 milliards de F CFP et deux au moins d'entre elles, (MLR et SHMO/Marriott), ont un chiffre d'affaires individuel supérieur à 500 millions FCFP.

13. Les seuils de contrôle mentionnés au I de l'article LP310-2 du code de la concurrence sont donc franchis et cette opération est soumise à l'autorisation préalable de l'Autorité en application des articles LP310-3 et suivants du code de la concurrence.

III. DÉLIMITATION DES MARCHÉS PERTINENTS

14. Les secteurs concernés par l'opération sont, d'une part, le secteur de l'hôtellerie de tourisme en Polynésie française, SHMO et MLR étant présentes dans ce secteur (bien que présent dans le secteur du tourisme en Chine, le groupe Dazhong n'est pas présent sur le marché de l'hôtellerie en Polynésie française) ; et, d'autre part. Le secteur des agences de voyage, le groupe Dazhong détenant une agence de voyage en Chine, à Shanghai, à travers la société Shanghai Dazhong International Travel Service. Ce secteur est situé en aval de celui de l'hôtellerie touristique dans la chaîne de valeur de l'industrie touristique.

15. L'Autorité considère qu'il n'y a pas lieu de définir un éventuel marché correspondant à l'activité de transport par navette lagonaire de BBEC. En effet, bien que séparée juridiquement dans une société distincte mais contrôlée par le même propriétaire que SHMO, l'activité de transport de BBEC est annexe et totalement liée à l'activité d'hébergement touristique de l'hôtel Saint Regis Bora Bora et pourrait parfaitement être intégrée à SHMO. BBEC est donc exclue des développements qui suivent.

16. ***S'agissant de la définition des marchés de services d'hébergement touristique***, en Polynésie française, l'offre d'hébergement de tourisme est décomposée en quatre catégories : (i) les hôtels et résidences de tourisme international, (ii) les hébergements de tourisme chez l'habitant et petite hôtellerie familiale, (iii) les meublés de tourisme, et (iv) les établissements de « para-hôtellerie »[2].

17. Seule la première catégorie des hôtels et résidences de tourisme international est concernée par la présente opération. Plusieurs types de segmentation peuvent être envisagés.

18. Une segmentation peut être opérée selon le degré de confort de l'hôtel : regroupement par paires d'étoiles (catégorie économique 2-3 étoiles et catégorie luxe 4-5 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). [3] Par ailleurs, les données statistiques établies par l'Institut de la statistique de la Polynésie française (ci-après « ISPF ») distinguent les hôtels par classes : tourisme (2 étoiles), grand tourisme (3 étoiles), et luxe (4 et 5 étoiles) .

19. La partie notifiante prend en compte les segmentations suivantes en Polynésie française :

    i) un marché comprenant les hôtels de 4 et 5 étoiles ;

    ii) un marché comprenant l'hôtellerie de manière globale.

20. Une segmentation selon le mode d'exploitation des établissements peut également être envisagée, en fonction de leur appartenance ou non à une chaîne hôtelière. Les hôtels cibles sont affiliés à des chaînes hôtelières internationales, comme la très grande majorité des hôtels de luxe en Polynésie française[4].

---

[2] Depuis la loi du pays n° 2018-10 du 29 mars 2018 : auberges de jeunesse, terrains de camping, villages de vacances et autres hébergements à vocation touristique (dont les meublés de tourisme).

[3] En Polynésie française, la délibération n° 2000-140 APF du 30 novembre 2000 modifiée par délibération n° 2006-2 APF du 26 janvier 2006 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.

[4] 16 hôtels de luxe sur les 18 actuellement en activité sont affiliés à une chaîne hôtelière.

21. 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 cibles de l'opération sont des hôtels cinq étoiles 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 et des hôtels cinq étoiles.

22. ***S'agissant de la délimitation géographique des marchés de services d'hébergement touristique***, la partie notifiante propose deux délimitations géographiques du marché :

    i) un marché étendu à l'ensemble de la Polynésie française ;

    ii) une segmentation comprenant la subdivision des Îles-du-Vent (zone d'implantation de l'hôtel Hilton Moorea) et celle des Îles-sous-le-Vent (zone d'implantation de l'hôtel Saint Regis Bora Bora).

23. Malgré des différences objectives entre les archipels de la Polynésie française[5], selon les données de l'ISPF[6] 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.

24. Selon l'Institut d'émission d'Outre-Mer[7], 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, porte d'entrée en Polynésie française, Tahiti reste l'île la plus visitée (34 % des chambres vendues en 2019[8]), juste devant Bora Bora (31 % des chambres vendues en 2019) et Moorea (23 % des chambres vendues en 2019).

25. Toutefois, en l'espèce, la question de savoir s'il convient de limiter les marchés de l'hôtellerie à la Polynésie française, à chaque archipel, à chaque subdivision 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.

26. ***S'agissant de la définition des marchés de services de conception-distribution de voyages***, l'Autorité, s'inspirant de la pratique constante des autorités de concurrence[9], 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[10]. Les agences de voyage sont des intermédiaires entre, d'une part, les fournisseurs de services de voyage (compagnies aériennes, hôteliers, loueurs de voiture, etc.) ou les voyagistes (qui achètent les services de voyage aux fournisseurs et les assemblent pour les vendre à leurs clients sous forme de « voyages à forfait ») et, d'autre part, le client final.

27. En outre, s'agissant du segment aval, l'activité d'agence réceptive doit être distinguée de l'activité d'agence de voyage *stricto sensu*, *a minima* parce que les destinations commercialisées et les clients finals ne sont pas les mêmes[11].

28. Le groupe Dazhong est présent sur le marché des agences réceptives et des agences de voyage en Chine, à travers son agence Shanghai Dazhong International Travel Service.

---

5 Voir par exemple les décisions de l'Autorité n° 2016-CC-01 du 6 juillet 2016, n° 2016-CC-02 du 29 août 2016 ou, plus récemment, n° 2020-CC-01 du 25 mai 2020.

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

7 http://www.ieom.fr/IMG/pdf/ne147_eclairage_tourisme_pf.pdf.

8 https://www.ispf.pf/docs/default-source/publi-pf-bilans-et-etudes/peb-02-2021-1237-bilan-tourisme-2019.pdf?sfvrsn=6.

9 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.

10 Décision de l'Autorité n° 2016-CC-04 du 5 décembre 2016 relative à la prise de contrôle exclusif du groupe Tahiti Nui Travel par le groupe Grey.

11 Tourisme entrant et clients étrangers pour les agences réceptives ; pays étrangers et clientèle locale pour les agences de voyage.

29. ***S'agissant de la délimitation géographique des marchés de services de conception-distribution de voyages***, l'Autorité a considéré que les marchés géographiques pertinents peuvent être limités à la Polynésie française pour ce qui concerne l'activité de DMC[12]. Elle ne s'est pas prononcée sur le périmètre géographique pertinent de l'activité d'agence de voyage pour le tourisme sortant.

30. Il n'y a pas lieu de remettre en cause ces délimitations à l'occasion de la présente opération. Par conséquent, l'analyse concurrentielle ne prendra pas en considération l'activité de DMC du groupe Dahzong, cette activité restreinte au tourisme entrant à Shanghai étant sans effet sur la situation concurrentielle du marché des DMC en Polynésie française. En revanche, sans se prononcer sur sa délimitation géographique précise, l'analyse concurrentielle intégrera l'activité d'agence de voyage pour le tourisme sortant du groupe Dazhong, les touristes en question étant susceptibles de se rendre en Polynésie française, dans des hôtels de tourisme.

IV. ANALYSE CONCURRENTIELLE

A. EFFETS HORIZONTAUX

31. Il résulte de la pratique décisionnelle de l'Autorité concernant le secteur de l'hôtellerie touristique[13] que les effets horizontaux d'une opération de concentration 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 si ces gestionnaires en détiennent le contrôle conjoint. C'est le cas en l'espèce pour l'hôtel Saint Regis Bora Bora, géré par le groupe Marriott.

32. ***S'agissant de la concurrence entre les propriétaires d'hôtels***, les cibles sont présentes en Polynésie française sur les marchés de l'hôtellerie avec deux hôtels cinq étoiles, dans l'archipel de la Société, situés respectivement à Moorea (Îles du Vent) et à Bora Bora (Îles Sous-le-Vent).

33. L'opération n'entraîne aucun chevauchement d'activité entre les parties, le groupe Dazhong n'étant pas présent sur le marché de l'hôtellerie en Polynésie française.

34. La configuration concurrentielle sera inchangée après réalisation de l'opération, puisque celle-ci consiste à substituer un opérateur étranger qui n'a aucune activité en Polynésie française à un autre opérateur étranger qui se désengage du territoire polynésien. 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.

35. ***S'agissant de la concurrence entre les gestionnaires d'hôtels***, concernant les groupes exploitant et gérant les hôtels en Polynésie française, dans les Iles-du-Vent et les Iles-sous-le-Vent, l'opération ne modifie pas les parts de marché détenues par le groupe Mariott, qui continue d'exploiter deux hôtels (le Saint Regis Bora Bora et le Méridien Bora Bora) en Polynésie française. Elle est donc sans effet concurrentiel sur ces segments de marché.

36. La configuration concurrentielle sera inchangée après réalisation de l'opération, Celle-ci 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. EFFETS VERTICAUX POTENTIELS

37. Une concentration verticale peut 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 les marchés aval, lorsque l'entreprise intégrée refuse de vendre un intrant à ses concurrents en aval ou les marchés amont lorsque la branche aval de l'entreprise intégrée refuse d'acheter les produits ou des services des fabricants actifs en amont et réduit

[12] Décision n° 2016-CC-04 du 5 décembre 2016 précitée.

[13] Voir les décisions de l'Autorité n° 2018-CC-01 du 18 décembre 2018, n° 2019-CC-01 du 16 avril 2019, n° 2020-CC-01 du 25 mai 2020 et n° 2021-CC-01 du 5 mai 2021.

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 %.

38. En l'espèce la part de marché de l'entité issue de l'opération n'est jamais supérieure à 30 %, sauf sur un éventuel marché des hôtels 5 étoiles dans les Iles-du-Vent où elle dépasse légèrement ce seuil.

39. Au regard des activités exercées par les parties, l'opération pourrait être susceptible d'engendrer des effets verticaux entre le marché éventuel de l'hôtellerie 5 étoiles dans les Iles du Vent et les marchés des agences de voyage. En effet, les fournisseurs des agences de voyage sont les prestataires de services touristiques, notamment les hôtels.

40. D'un point de vue théorique, deux *scenarii* pourraient être envisagés.

41. Premièrement, la nouvelle entité pourrait décider d'opérer un boycott des hôtels concurrents des hôtels cibles, en ne les commercialisant pas dans son agence de voyage. Toutefois, un tel *scenario* est peu probable puisqu'il conduirait le groupe Dazhong à se priver de l'accès à une partie importante du marché de l'hôtellerie en Polynésie française, ce qui ne semble pas rationnel d'un point de vue économique. Les hôtels cibles représentent respectivement 6,8 % du nombre de chambres disponibles et 4,3 % du nombre d'hôtels implantés en Polynésie française. En décidant d'opérer un tel boycott des concurrents, le groupe issu de l'opération se priverait de l'accès à plus de 90 % du marché de l'hôtellerie touristique, ce qui ne semble pas envisageable. En outre, la mise en œuvre de ce *scenario* serait sans effet notable sur le marché de l'hôtellerie en Polynésie française. Les hôtels concurrents ne seraient en effet pas privés de débouchés alternatifs dans la mesure où le groupe Dazhong ne détient qu'une seule agence de voyage en Chine.

42. Deuxièmement, la nouvelle entité pourrait décider d'opérer une forclusion partielle en favorisant les hôtels du groupe au détriment des hôtels concurrents. Cette stratégie reviendrait par exemple à vendre prioritairement des nuitées d'établissements du groupe intégré ; et secondairement d'autres hôtels, une fois les hôtels du groupe intégrés suffisamment remplis. Cette stratégie pourrait s'appuyer sur des techniques commerciales diverses. Quoique possible, elle n'aurait toutefois pas d'effet notable sur le marché de l'hôtellerie en Polynésie française, dans la mesure où les flux de touristes chinois y sont encore minoritaires et ne contribuent que marginalement au remplissage des hôtels de luxe polynésiens.

43. Il résulte de ce qui précède que l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux.

DECISION

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 22/0001C est autorisée.

Délibéré sur le rapport oral de Meherio Fariki et Matthieu Pujuguet, rapporteurs, et l'intervention de Christophe Venture, rapporteur général délégué, et de Véronique Sélinsky, rapporteure générale, par Johanne Peyre, présidente, Christian Montet et Youssef Guenzoui, membres.

La Présidente

Johanne Peyre