DECISION N° 2023-CC-01 DU 10 MAI 2023
RELATIVE À LA PRISE DE CONTRÔLE EXCLUSIF DE LA SOCIÉTÉ TRANSPORT MARITIME DES TUAMOTU OUEST (TMTO) PAR LA SOCIÉTÉ DE NAVIGATION POLYNÉSIENNE (SNP)

L'Autorité polynésienne de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé à l'Autorité polynésienne de la concurrence le 11 avril 2023 et déclaré complet le 12 avril 2023, relatif à l'acquisition par la SAS Société de navigation polynésienne (ci-après « SNP » ou « acquéreur ») du contrôle exclusif de la société Transport maritime des Tuamotu Ouest (ci-après « TMTO » ou « cible »).

Vu le code de la concurrence, et notamment ses articles LP 310-1 à LP 310-10 ;

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

Adopte la décision suivante :

I. LA CONTROLABILITE DE L'OPERATION ET LES ENTREPRISES CONCERNEES

1. L'opération notifiée consiste en l'acquisition pour un montant provisoire de […] Cfp par la SAS Société de navigation polynésienne de la totalité des parts sociales de la société TMTO (soit 1 500 parts) actuellement détenues par Monsieur Wiriamu Richmond.
2. Elle est formalisée par un compromis de cession de parts sociales et de créances en date du 6 janvier 2023[1]. À l'issue de l'opération, la SAS SNP détiendra le contrôle exclusif de la société cible. L'opération constitue ainsi une concentration au sens de l'article LP 310-1-1 du code de la concurrence.

[1] *Ibid.*

3. Au cours du dernier exercice clos, soit en 2021, les entreprises concernées ont déclaré les chiffres d'affaires suivants en Polynésie française :

Cible : TMTO	Acquéreur : Groupe Martin		
	Brasserie de Tahiti	Emar	*dont SAS SNP*
[…] F cfp	[…] F cfp	[…] F cfp	*[…] F cfp*
	[…] F cfp		

4. L'opération franchit les seuils de contrôle prévus au I de l'article LP 310-2 et est, à ce titre, soumise à autorisation préalable de l'Autorité polynésienne de la concurrence (ci-après l' « Autorité »).

5. ***La société acquéreuse, SNP,*** est une société par actions simplifiée au capital de 250 000 000 F cfp, dont le siège social est situé à Motu Uta dans la commune de Papeete. Elle est immatriculée au registre du commerce et des sociétés (RCS) de Papeete sous le numéro TPI 14 145 B ainsi qu'au répertoire des entreprises sous le numéro B11200.

6. SNP est active dans le transport maritime interinsulaire de marchandises et de passagers, ainsi que dans la vente de biens en Polynésie française. Elle détient ainsi deux navires en activité, acquis en 2014 dans le cadre d'une procédure collective de la société de transport insulaire maritime (STIM) :

- Le ***Hawaiki Nui*** qui opère entre Tahiti et les Iles Sous-le-Vent avec Huahine, Raiatea, Tahaa et Bora Bora. Il sera remplacé par le Hawaiki Nui 2 dont l'exploitation est prévue pour le 1er trimestre 2025. Pour information, le Hawaiki Nui ne pratique pas la vente de biens.
- Le ***Nuku Hau*** qui opère entre Tahiti et les Tuamotu Centre (notamment Anaa, Ahunui, Anuanurunga, Hao, Haraiki, Hereheretue, Hikueru, Katiu, Makemo, Manuhangi, Marokau, Nihiru, Paraoa, Raroia, Reka Reka, Taenga, Takume, Tauere, Tekokota), entre Tahiti et les Tuamotu Est (notamment Aki Aki, Nukutavake, Pinaki, Pukarua, Reao, Tematangi, Tureia, Vahitahi, Vairaatea, Vanavana), et entre Tahiti et les Gambier (notamment Rikitea, Matureivavao, Tenararo, Tenarunga, Vahanga).

7. SNP a également acquis un nouveau navire, le ***Hava'i*** qui opèrera dès le 3 mai 2023, entre Tahiti et les Iles-Sous-le-Vent avec Huahine, Raiatea, Tahaa et Bora Bora[2].

8. Le capital de SNP est détenu à [90-100] % par la SCP Emar[3], société holding n'ayant pas d'activité propre, qui est elle-même détenue par diverses personnes physiques, notamment les consorts Martin, Solari, Rouleau et Fourcade, chacun à hauteur de [20-30] % du capital et des droits de vote. Ces différents groupes d'actionnaires correspondent aux différentes branches familiales issues du fondateur du groupe Martin.

9. La SCP Emar détient majoritairement les filiales suivantes :

- La SAS SNP ([90-100] %), spécialisée dans le transport maritime interinsulaire de marchandises et de passagers, ainsi que dans la vente de biens en Polynésie française ;
- La SA STP – Multipress ([90-100] %), spécialisée dans l'imprimerie ;
- La SC Les Assurances De Tahiti ([70-80] %) spécialisée dans les produits d'assurances ;
- La SARL Mori Pata ([50-60] %) spécialisée dans le stylisme et la décoration ;
- Les sociétés civiles Hopa ([90-100] %) Punamar 2 ([90-100] %) et Chilmar ([90-100]%), qui exercent des activités purement immobilières ;

[2] Le navire devra être mis en service au plus tard le 31 décembre 2023, sous peine de caducité de la licence d'exploitation octroyée par arrêté n° 08585 du 10 août 2022, Annexe 7 du dossier de notification.

[3] Le reste étant détenu par Tutehau Martin, Jean-Pierre Fourcade, Jean-Jacques Solari, Jacques Solari, Lovaina Rouleau et Maeva Rouleau, soit une action chacun.

- L'EURL Solovem ([90-100]%) spécialisée dans les services (non active).

10. A côté d'Emar et de ses filiales, les consorts Solari ([25-35] %), Fourcade ([15-25] %), Rouleau ([15-25] %), Martin ([15-25] %) et la société Emar ([5-10] %) détiennent également la Brasserie de Tahiti (ci-après « BDT ») et ses filiales.

11. En particulier, BDT opère dans le secteur de la production et la distribution de boissons alcoolisées et non alcoolisées en Polynésie française. Elle est également active dans divers secteurs, au travers de nombreuses filiales dans lesquelles elle détient des participations contrôlantes :

- la société SA Service distribution assistance ([90-100] %), spécialisée dans la distribution d'eau en bonbonnes Premium Water, la maintenance des matériels de vente de la société Brasserie de Tahiti,
- la société SA Jus de fruits de Moorea [80-90] %), spécialisée dans la fabrication de jus de fruits,
- la société SA Manutea Tahiti ([90-100] %), spécialisée dans la fabrication de boissons alcoolisées,
- la société SA Plastiserd ([90-100] %), spécialisée dans la fabrication d'emballages et objets en plastique, détenant elle-même la totalité du capital de la société SARL Tahiti Access (fabrication et pose de portails et de tous systèmes de fermetures), la totalité du capital de la société SARL Tahiti Sign (enseignes publicitaires) ainsi que la totalité du capital de la société SARL Polynésie Froid, active dans la distribution, l'installation et la maintenance de matériel frigorifique,
- la société SAS La Cave de Tahiti ([90-100] %) active dans l'importation, la distribution et la commercialisation de vins et spiritueux,
- la société Morgan Vernex ([90-100] %) spécialisée dans l'importation et la distribution en gros de produits alimentaires, de produits de droguerie, parfumerie et hygiène, de confiseries, boissons, glaces, plats préparés surgelés et d'articles de quincaillerie,
- la société Tahiti Easy Drink ([90-100 %), spécialisée dans la distribution automatique de boissons chaudes ou froides non alcoolisées, de snacks et de confiserie,
- la société SA Pearl Resorts of Tahiti (anciennement Financière Hôtelière Polynésienne) (100 %), qui exerce une activité de holding et de gestion hôtelière pour le compte de ses filiales propriétaires de quatre hôtels,
- la société Hinano Hawaii Inc. ([90-100] %), filiale créée à Hawaii, spécialisée dans la distribution de vêtements,
- la société SAS Polynesian Life Style ([65-75] %) spécialisée dans l'importation et la commercialisation sous toutes formes de distribution de prêt à porter, accessoires de mode, maroquinerie,
- les sociétés civiles Teporifaaite ([90-100] %) et Hinarue 2 ([90-100] %), qui exercent des activités purement immobilières,
- la société d'assistance et de services internes (SASI) ([90-100] %) pour la gestion administrative, financière, commerciale et juridique des filiales du groupe Brasserie de Tahiti.

12. Pour rappel, il relève de la pratique décisionnelle de l'Autorité[4] que même en l'absence de droits de véto spécifiques, les quatre groupes d'actionnaires présentés *supra* (paragraphes 8 et 10)

[4] Décision de l'Autorité n° 2017-CC-01 du 9 mars 2017 relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés Compagnie française maritime de Tahiti et Vaipihaa par la société Emar. Raisonnement également repris dans trois précédentes décisions, n° 2017-CC-03 du 27 avril 2017 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Financière Hôtelière Polynésienne par la société Brasserie de Tahiti, la décision n° 2019-CC-02 du 6 juin 2019 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Morgan Vernex par la société Brasserie de Tahiti et plus récemment la décision n° 2022-CC-04 du 25 août 2022 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Tallin PI Pacific Industrie par la société Brasserie de Tahiti.

forment le groupe Martin et détiennent un contrôle conjoint sur Emar et sur BDT dans la mesure où ils se concertent pour exercer leurs droits de vote sur ces sociétés.

13. Cette concertation découle de plusieurs circonstances de faits relevées et rappelées par l'Autorité à l'occasion de précédentes décisions[5] :

- ces quatre groupes d'actionnaires ont des participations croisées dans de nombreuses sociétés du groupe ;
- ces quatre groupes d'actionnaires sont issus des différentes branches familiales issues du fondateur du groupe Martin, M. Emile Martin ;
- M. Jean-Pierre Fourcade assure la direction des affaires familiales, assumant les fonctions de PDG du groupe Martin ;
- les mandats sociaux au sein des pôles Emar et BDT sont imbriqués notamment pour MM. Jean-Pierre Fourcade, Jacques Solari et Tutehau Martin.

14. ***La société cible, TMTO,*** est une société à responsabilité limitée unipersonnelle au capital de 15 000 000 F cfp dont le siège social est situé à Motu Uta dans la commune de Papeete. Elle est immatriculée au registre du commerce et des sociétés (RCS) de Papeete sous le numéro TPI 97 210 B ainsi qu'au répertoire des entreprises sous le numéro 412247.

15. Son capital est divisé en 1 500 parts de 10 000 F cfp de valeur nominale chacune et attribuées en totalité à l'associé unique M. Richmond Wiriamu.

16. TMTO est active dans le secteur du transport maritime interinsulaire de marchandises et de la vente de biens (gros, demi gros, détail) en Polynésie française. Elle détient et exploite le navire Mareva Nui qui opère entre Tahiti et les îles des Tuamotu Ouest (notamment Makatea, Mataiva, Tikehau, Rangiroa, Ahe, Manihi, Takaroa, Takapoto, Raraka, Kauehi, Fakarava, Niau, Toau, Apataki, Arutua, Kaukura) et entre les Tuamotu Ouest et Makemo, île des Tuamotu Centre.

17. Avant la crise sanitaire de la Covid-19, TMTO était également active dans le secteur du transport maritime interinsulaire de passagers. Elle a cessé cette activité depuis, sans intention de la reprendre.

18. Le Mareva Nui devrait être remplacé par le Mareva Nui II, dont le plan de financement est en cours de finalisation[6]. Ce nouveau navire, d'une capacité commerciale plus grande (Fret : 1 300 tonnes contre 900 tonnes ; Frigo : 80 t contre 0), desservira de manière régulière les mêmes îles (sauf Makatea) avec toutefois une fréquence de rotation minimum annuelle plus élevée[7].

II. LES MARCHES CONCERNES

19. Les parties à l'opération sont simultanément actives sur les marchés du transport maritime interinsulaire de marchandises et sur la vente au détail de biens spécifiques (« vente à l'aventure » et vente sur commande).

20. Le groupe acquéreur est également présent, en amont des marchés de transport, sur les marchés de production et de distribution de boissons (Brasserie de Tahiti, jus de fruit de Moorea,

5 Décisions n° 2017-CC-01 du 9 mars 2017 *op. cit.*, p. 4-6 ; n° 2017-CC-03 du 27 avril 2017 *op. cit.*, p. 2 et n° 2019-CC-02 du 6 juin 2019 *op. cit.*, p. 2 et n° 2022-CC-04 du 25 août 2022 *op. cit.* p. 2-3.

6 La mise en service du futur navire devra intervenir au plus tard le 31 décembre 2023, sous peine de caducité de la licence d'exploitation octroyée par arrêté n° 6372 du 11 juin 2021.

7 Pour Ahe, Anataki, Arutua, Fakarava, Kauehi, Kaukura, Manihi, Mataiva, Niau, Rangiroa, Raraka, Takapoto, Takaroa, Tikehau et Makemo le nombre minimum de rotations prévues par an est de 24 pour le Mareva Nui II contre 21 pour le Mareva Nui. Pour Apataki il passera de 17 à 24. Il n'est cependant pas prévu que le Mareva Nui II desserve de manière régulière Makatea.

Manutea Tahiti, La Cave de Tahiti). Il exerce aussi des activités sur d'autres marchés de production, d'importation ou de distribution de marchandises diverses[8]. Bien qu'elles soient transportables par voie maritime, ces marchandises ne feront pas l'objet de délimitations précises du fait, d'une part, de la faiblesse des flux de marchandises concernées vers les îles des zones affectées[9] et, d'autre part, des spécificités de la demande les concernant (présence des clients limitée à la zone Tahiti/Moorea - non affectée par l'opération -[10] ou absence de marché distinct car ces marchandises sont liées à la commercialisation d'autres produits définis par ailleurs, en tant que services associés[11].

21. Seront donc successivement examinées la délimitation des marchés du transport maritime interinsulaire de marchandises (A), d'achat et de revente de biens au détail (B), des boissons (C), de l'hôtellerie (D).

A. LES MARCHES DU TRANSPORT INTERINSULAIRE DE MARCHANDISES

22. Dans le secteur du transport, l'Autorité[12] considère qu'il convient de distinguer les marchés de transport de passagers des marchés de transport de marchandises. En l'espèce, les parties à l'opération sont simultanément actives dans les marchés de transports de marchandises.

1. Les marchés de services

23. ***Sur une segmentation du marché par mode de transport.*** Il y a lieu de distinguer les transports de marchandises par voie aérienne et maritime dans l'analyse du cas d'espèce. En effet, l'Autorité a eu l'occasion de préciser que le transport aérien ne peut être substitué au transport de marchandises dans la mesure où les fréquences et vitesses de rotation sont beaucoup plus importantes pour le transport aérien que pour le transport de marchandises[13]. De plus, en Polynésie française, l'accès par la mer est possible pour l'ensemble des îles (à quai, par barge, au mouillage…) tandis que le territoire ne dispose que d'une cinquantaine d'aérodromes. Enfin, le tarif du fret aérien est nettement plus élevé que celui du transport maritime.

24. Les répondants au test de marché clients ont largement confirmé cette absence de substituabilité entre le transport aérien de marchandises et le transport maritime, toutes liaisons inter-îles et produits confondus, résultant des différences suivantes : le prix du transport, les capacités en volume ou en poids, le type de produits (rapidement périssable/frais, dangerosité).

25. ***Sur une segmentation selon que le transport soit régulier ou non***. Le transport non régulier de marchandises sera exclu du marché du transport maritime régulier de marchandises aux fins de la présente analyse, le transport non régulier de marchandises étant défini en Polynésie française

---

8 Les principales filiales concernées sont Polynesian Lifestyle (30,31 % Emar, 69,69 % BDT, textile/habillement), SDA (99,92 % BDT ; pour ses produits alimentaires et non alimentaires distribués au détail à Tahiti), Plastiserd (99,98 % BDT ; emballages et objets en plastique), Tahiti Sign (100 % Plastiserd ; enseignes publicitaires), Tahiti Access (100 % Plastiserd ; portails, clôtures, sécurité) et Polynésie Froid (100 % Plastiserd ; froid, matériels frigorifiques). Est également nouvellement concernée, Morgan Vernex pour des produits de grande consommation (100 % BDT ; importation, distribution) et Tallin PI (100 % Société Polynésienne d'Entretien Industriel, détenue à 100 % par BDT).

9 Quelques produits de Plastiserd sont distribués dans les îles.

10 C'est par exemple le cas de Plastiserd, pour l'essentiel de sa production (bouteilles plastiques, emballages, produits préformés, etc.

11 Armoires réfrigérées, ombrages, festons et devantures de commerces sont des marchandises associées aux contrats de distribution de boissons.

12 Avis n° 2016-A-01 du 31 août 2016 relatif à la situation de la concurrence sur la desserte maritime entre Tahiti et Moorea et décision n° 2017-CC-01 du 9 mars 2017 relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés Compagnie française maritime de Tahiti et Vaipihaa par la société Emar.

13 Décision n° 2017-CC-01 du 9 mars 2017, *op. cit.*

par rapport à des considérations réglementaires[14], tenant à son caractère exceptionnel et étroitement encadré, puisqu'il nécessite, pour les opérateurs titulaires de licences, l'obtention d'autorisations administratives préalables (des arrêtés dits de dérogations) et de ne pas effectuer certaines rotations prévues dans le cadre de leurs lignes régulières.

26. ***Sur une segmentation par types de bateaux ou de marchandises, par modes d'acheminement, et avec ou sans services associés*** (conteneurs, réfrigérés ou non, incluant ou non magasinage ou dédouanement, etc.). L'Autorité ne retient pas une telle segmentation dès lors que les besoins des îles concernent un même éventail de marchandises et de biens de consommation courante et que ces besoins sont satisfaits grâce aux caractéristiques d'une offre similaire de la part des armateurs, qui repose sur des navires de type « cargo » ou « cargo mixte » particulièrement polyvalents en ce qui concerne les marchandises transportables en soutes et sur les ponts[15].

2. Les marchés géographiques

27. Selon la pratique décisionnelle des autorités de concurrence[16], le marché du transport de marchandises est délimité géographiquement suivant une approche « origine-destination » selon laquelle toute combinaison de deux villes est considérée comme un marché pertinent, les marchandises devant être transportées d'un point d'origine à un point de destination sans qu'une autre destination ne soit substituable.

28. L'Autorité a, en outre, retenu une segmentation des marchés de transport maritime de marchandises par zone tarifaire. Elle considère, d'une part, que les navires présents sur une même zone tarifaire desservent, depuis Papeete, les mêmes îles principales de chaque zone ou archipel. Les rotations ne diffèrent que pour le choix des îles secondaires desservies, marginalement. Le pouvoir de marché des navires desservant une zone tarifaire donnée reflète donc également le pouvoir de marché de ces navires sur chaque île. D'autre part, les pouvoirs publics impliqués dans le transport maritime (DPAM et DGAE) travaillent en considération de ces zones tarifaires, qui contraignent à la fois le nombre d'offreurs, les fréquences des dessertes et les prix des prestations.

29. En l'espèce, la partie notifiante indique que TMTO dessert la zone des Tuamotu Ouest, ainsi que la seule île de Makemo dans la zone des Tuamotu Centre tandis que SNP dessert les zones des Iles-Sous-le-Vent, des Tuamotu Est, des Tuamotu Centre (dont Makemo) et des Gambier.

30. Aux fins de la présente analyse, seront donc distingués des marchés géographiques constitués des zones tarifaires et en particulier, les marchés des Tuamotu Centre et des Tuamotu Ouest seuls concernés par l'opération.

B. LES MARCHES DE LA VENTE DE BIENS

31. Outre les activités de transport de marchandises et de passagers, les armateurs polynésiens pratiquent, à différents degrés, une activité commerciale complémentaire de vente de biens au détail, selon deux modalités : vente à l'aventure et vente sur commande.

32. Cette activité se distingue de celle du transport de marchandises dans la mesure où cette dernière se définit comme une prestation de services limitée au mouvement physique de biens, pour le compte de tiers qui sont propriétaires de ces biens. Dans le cas de la vente de biens, l'armateur est propriétaire de la chose transportée ce qui fait l'objet d'un traitement comptable spécifique,

[14] Voir notamment pour le cadre global la loi du Pays n° 2016-3 du 25 février 2016 relative à l'organisation du transport intérieur maritime et aérien modifiée en dernier lieu par la loi du Pays n° 2021-19 du 13 avril 2021.

[15] Décision n° 2017-CC-01 du 9 mars 2017 *op. cit.*

[16] Voir notamment la décision ADLC n° 12-DCC-154 du 7 novembre 2012 relative à la prise de contrôle exclusif d'actifs de la société SeaFrance par la société Groupe Eurotunnel.

les comptes de résultat distinguant les chiffres d'affaires associés à la « production vendue de services » (le transport proprement dit) de ceux liés aux « ventes de marchandises ».

1. Les marchés de produits et services

33. ***Sur une segmentation des marchés selon deux modalités de vente de biens : la vente sur commande et la vente à l'aventure***. La vente à l'aventure consiste, pour l'armateur, à acheter un stock de marchandises, essentiellement des produits alimentaires et des biens de consommation courante, pour les revendre au détail dans les îles, tel un magasin ambulant. En principe cette activité a lieu sans commande préalable, elle est donc exercée aux risques d'invendus pour l'armateur. Cette activité est particulièrement opportune dans les îles peu peuplées ou occupées de manière saisonnière (pour la récolte du coprah notamment) en raison de l'absence (ou de la faiblesse) du commerce permanent de détail. Elle concerne notamment des produits alimentaires et des hydrocarbures.

34. En l'espèce, SNP et TMTO pratiquent la vente à l'aventure.

35. Contrairement à la vente à l'aventure, qui implique un certain aléa quant à la rencontre de l'offre et de la demande, la vente sur commande a lieu, elle, sur commande et paiement préalables du client à l'armateur. La demande du produit précède l'offre : sans demande dans l'île, il n'y pas d'offre de la part de l'armateur. Elle se rapproche donc davantage de la prestation de transport maritime examinée plus haut.

36. En l'espèce, seule la société cible, TMTO, pratique la vente sur commande.

37. L'Autorité ne retient pas cette distinction dans la mesure où un *continuum* existe entre les deux modalités de vente[17]. D'une part, les armateurs pratiquant la vente à l'aventure intègrent une part de commandes préalables et s'approvisionnent en conséquence. L'aléa pesant sur l'armateur pour la vente à l'aventure est également modéré dans la mesure où celui-ci connaît les besoins des populations insulaires concernées. D'autre part, les deux modalités de vente portent sur les mêmes types de biens et les clientèles sont similaires. Par ailleurs, si le choix des fournisseurs et/ou des produits à distribuer est fait par l'armateur pour la vente à l'aventure, pour la vente sur commande, il peut être fait par le client commanditaire ou par l'armateur, notamment selon les marchandises concernées. La commande peut être plus ou moins précise sur ces points, et les produits sont plus ou moins substituables ou fongibles. Dans les deux cas, l'armateur dispose donc d'une faculté de choix des fournisseurs.

38. ***Une segmentation des marchés de la vente de biens selon le type de produits distribués*** n'est pas retenue par l'Autorité : les différents biens vendus par ce canal pourraient également faire l'objet d'un service de transport « classique », pour lequel cette segmentation n'a pas été retenue, et il s'agit, pour l'essentiel, de produits soumis à la réglementation des prix de détail et de transport (voir notamment la réglementation tarifaire applicable aux hydrocarbures, gaz, eaux et bouteilles et bonbonnes, PPN, PGC, etc.), au même titre que les circuits de distribution de détail, dans l'objectif d'une péréquation des prix dans toute la Polynésie française. Le poids respectif des différentes catégories de produits au sein de la vente de biens a donc une influence très limitée sur le fonctionnement du marché et les différents armateurs proposent par ailleurs un panier de biens similaire.

39. ***Sur la substituabilité entre le commerce de détail traditionnel et la vente de biens par les armateurs***, l'Autorité considère que le commerce de détail à dominante alimentaire doit être analysé avec la vente de biens par les armateurs dans le cadre de l'analyse concurrentielle[18]. Certes, la vente par les armateurs n'exerce qu'une pression concurrentielle limitée sur le commerce de détail traditionnel, en raison de l'offre temporaire et moins prévisible qu'elle apporte (au moins dans le choix et la disponibilité des produits proposés, sachant qu'en revanche la date et la fréquence de fournitures sont relativement prévisibles compte tenu de la réglementation relative à la rotation des navires), ainsi que des assortiments de produits

[17] Décision n° 2017-CC-01 du 9 mars 2017, *op. cit.*,.

[18] Décision n°2017-CC-01 du 9 mars 2017, *op. cit.*, §§ 70-71.

distribués, différents (plus restreints en gamme alimentaire mais incluant, côté armateurs, la distribution d'hydrocarbures et de gaz, de ciment, etc.). En revanche, le commerce de détail à dominante alimentaire exerce lui une pression concurrentielle sur la vente de biens par les armateurs, qui a essentiellement pour fonction de suppléer ses éventuelles insuffisances.

40. La partie notifiante n'a pas remis en question la définition des marchés de produits et services faite par l'Autorité. Elle considère également les commerces de détail comme étant concurrents des parties à l'opération.

41. Il y a donc lieu de considérer en l'espèce un marché de la vente de biens unique, sans distinguer la vente sur commande et la vente à l'aventure et sans qu'il ne soit nécessaire de distinguer les différents marchés de vente de biens selon le type de produits distribués ou les circuits de distribution.

2. Les marchés géographiques

42. L'Autorité considère que dans la mesure où la vente de biens par les armateurs constitue une activité complémentaire à l'activité de transport régulier de marchandises, qui est contrainte notamment par le régime de licences avec obligations de dessertes précédemment exposé, les éléments utilisés pour définir les marchés géographiques du transport maritime de marchandises sont transposables[19]. En conséquence, une délimitation géographique par zones de dessertes est plus adaptée qu'une délimitation géographique par île desservie, bien que celle-ci reflète davantage la substituabilité de la demande.

43. Selon la partie notifiante, les ventes de marchandises au détail sont pratiquées, d'une part, par TMTO aux Tuamotu Ouest, ainsi que sur Makemo dans les Tuamotu Centre, et, d'autre part, par SNP aux Tuamotu Centre, aux Tuamotu Est et Gambier.

44. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette définition à l'occasion de l'examen de la présente opération.

C. LES MARCHES DE LA DISTRIBUTION EN GROS DE PRODUITS ALIMENTAIRES ET NON ALIMENTAIRES

1. Les marchés de produits

45. En matière de produits alimentaires notamment, la pratique décisionnelle de l'Autorité, s'inspirant de la pratique décisionnelle nationale et européenne, envisage des segmentations en fonction du type de produit, du canal de distribution ou du positionnement commercial[20].

46. La pratique décisionnelle des autorités de concurrence retient traditionnellement l'existence de ***marchés segmentés par grands groupes de produits de grande consommation, alimentaires et non alimentaires*** : boissons, produits frais, produits secs, produits surgelés, produits périssables, droguerie parfumerie hygiène, etc[21].

---

19 Voir notamment décision n° 2017-CC-01 du 9 mars 2017, *op. cit*.,.

20 Décisions n° 2017-CC-01 du 9 mars 2017 précitée et n° 2017-CC-03 du 27 avril 2017 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Financière Hôtelière Polynésienne par la société Brasserie de Tahiti.

21 Voir notamment la décision de la Commission européenne n° COMP/M.1684 Carrefour/Promodès du 25 janvier 2000 et la décision ADLC n° 14-DCC-173 du 21 novembre 2014 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Dia France SAS par la société Carrefour SAS.

47. Cependant, des segmentations différentes et affinées ne sont pas exclues[22]. Ainsi l'Autorité a considéré que les marchés de la distribution en gros de boissons pouvaient être segmentés plus finement (bières, eaux, boissons sans alcool, boissons alcoolisées, vins et boissons chaudes), certaines sous-catégories pouvant faire l'objet d'une sous segmentation[23]. Notamment, au sein des boissons sans alcool (ci-après « BSA »), les boissons rafraîchissantes sans alcool (ci-après « BRSA ») et les boissons gazeuses sans alcool (ci-après « BGSA ») ont pu être distinguées. De même, au sein des boissons chaudes, le café peut être distingué du thé[24].

48. La pratique décisionnelle retient également l'existence d'une ***segmentation par canal de distribution*** : i) la commercialisation destinée à la consommation hors domicile ou hors foyer (cafés, hôtels, restaurants…), dite *on trade* ou CHR, ii) la commercialisation destinée à la consommation à domicile, dite *off trade* ou GMS (grande ou moyenne surface) et iii) la commercialisation destinée à l'industrie agro-alimentaire[25]. S'agissant des outremer, la pratique décisionnelle de l'Autorité de la concurrence nationale a également envisagé l'existence d'un marché de la distribution de gros destiné aux grandes et moyennes surfaces (GMS) [26].

49. ***S'agissant d'une segmentation selon le positionnement commercial pour les produits destinés aux GMS***. En matière de produits alimentaires vendus aux enseignes de la grande distribution, les autorités de concurrence distinguent, dans certains cas, les produits vendus sous marque de fabricant (« MDF ») et ceux vendus sous marque de distributeur (« MDD »), catégorie incluant les produits vendus sous marque de distributeur au sens strict, mais également les produits vendus sous marque de hard discount et sous marque de premier prix[27].

50. En Polynésie française, les marques de distributeur connaissent un développement notable depuis quelques années, au sein notamment des enseignes de la grande distribution (Carrefour, U, LS Proxi pour la marque Netto).

51. En l'espèce, le groupe acquéreur est présent sur l'ensemble des canaux de distribution identifiés *via* la Brasserie de Tahiti. En effet, BDT produit et distribue des bières, des eaux plates en bouteille, de l'eau en bonbonne ainsi que de l'eau plate et gazeuse, des jus de fruit (Jus de fruit de Moorea et Manutea Tahiti), des sirops, des spiritueux tels que le rhum, les liqueurs ou le « vin » d'ananas, du vin et du café. Le groupe acquéreur *via* BDT est également présent sur le marché des produits de grande consommation hors boissons, à travers la société Morgan Vernex.

52. L'Autorité considère toutefois que la question de la délimitation exacte des marchés de la distribution en gros de produits alimentaires et non alimentaires selon le type de produits, le canal de distribution ou le positionnement commercial, peut être laissée ouverte dans la mesure où quelles que soient les sous-segmentations retenues, les conclusions de l'analyse restent inchangées. En particulier, l'analyse des effets verticaux de l'opération prendra en considération un marché global de la boisson, dans la mesure où la partie notifiante est présente sur la plupart de ses sous-segments potentiels (bières, eaux, boissons sans alcool, boissons alcoolisées, vins), et que l'analyse peut donc être commune.

---

22 Notamment, avis ADLC n° 15-A-06 du 31 mars 2015 relatif au rapprochement des centrales d'achat et de référencement dans le secteur de la grande distribution.

23 Décisions n° 2017-CC-01 du 9 mars 2017 et n° 2017-CC-03 du 27 avril 2017 précitées.

24 Décision ADLC n° 16-DCC-21 du 17 février 2016 relative à la prise de contrôle de la Société pour l'exploitation et le Développement des Eaux de Sources par la société GML Investissement LTEE, §58 et décision APC n° 2017-CC-01 précitée, §85.

25 Voir notamment les décisions de la Commission européenne du 8 mars 2000 (COMP/M.1802 – Unilever/Amora Maille) et du 28 septembre 2000 (COMP/M. 1990 – Unilever/Bestfoods).

26 Voir notamment la décision ADLC n° 11-DCC-134 du 2 septembre 2011 relative à la prise de contrôle exclusif d'actifs du groupe Louis Delhaize par la société Groupe Bernard Hayot.

27 Voir notamment la décision ADLC n° 11-DCC-150 du 10 octobre 2011 relative à la prise de contrôle exclusif de la coopérative Elle-et-Vire par le groupe coopératif Agrial.

2. Les marchés géographiques

53. L'Autorité a constaté qu'en Polynésie française, une partie importante de l'approvisionnement provient de producteurs et de grossistes locaux ou des centrales d'achat des enseignes et que, s'agissant des boissons, les produits locaux sont fortement représentés dans les ventes de la grande distribution, en raison notamment du coût de transport de ces produits pondéreux et des droits et restrictions à l'importation qui leur sont applicables[28]. En outre, les conditions du commerce et de la distribution des boissons apparaissent unifiées sous l'angle technique (réseaux en étoile au départ de Papeete), juridique (cadre unifié, notamment l'encadrement tarifaire des prix de transport et de détail) et commercial (demandes et offres similaires, dans l'ensemble des archipels ou des îles, au moins les plus peuplées).

54. L'Autorité a ainsi eu l'occasion de considérer que la dimension géographique des marchés de boissons correspondait au territoire de la Polynésie française. Il en va de même pour les autres produits alimentaires et non alimentaires de grande consommation[29].

55. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation à l'occasion de la présente opération.

D. LES MARCHES DE L'HOTELLERIE

56. Comme il a été précisé *supra*, le groupe acquéreur est présent, à travers certaines sociétés, sur les marchés de l'hôtellerie. Ces marchés ont été définis à de nombreuses reprises par l'Autorité, dans ses décisions antérieures, auxquelles il est ici renvoyé[30].

57. Ces définitions de marché peuvent être reprises en l'état dans le cadre de la présente opération, aucun élément du dossier ne conduisant à les remettre en question.

III. ANALYSE CONCURRENTIELLE

58. L'opération est susceptible de produire des effets horizontaux dans la mesure où les parties sont simultanément présentes sur les marchés du transport maritime interinsulaire de marchandises et sur les marchés de la vente de biens (A). De plus, étant situés sur des marchés ayant un lien de verticalité ou de connexité, il convient d'analyser l'opération sous l'angle des effets verticaux (B) et congloméraux (C).

A. ANALYSE DES EFFETS HORIZONTAUX

59. Les parties sont actives simultanément sur les marchés du transport maritime interinsulaire de marchandises et sur celui de la vente de biens.

---

28 Avis n° 2019-A-02 du 19 septembre 2019 relatif aux mécanismes d'importation et de distribution en Polynésie française.

29 Décisions n° 2017-CC-01 du 9 mars 2017 et n° 2017-CC-03 du 27 avril 2017.

30 Voir notamment les décisions n° 2022-CC-02 du 31 mai 2022 relative à la prise de contrôle exclusif du Groupe Tahiti Nui Travel (TNT) par Monsieur Louis Wane pour les marchés de l'hôtellerie, ou, pour les marchés de boissons et n° 2017-CC-03 du 27 avril 2017 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Financière hôtelière polynésienne par la société Brasserie de Tahiti.

60. S'agissant du transport de marchandises, la partie notifiante a fourni des estimations de parts de marché issues des statistiques de la Direction polynésienne des affaires maritimes (ci-après « DPAM ») en tonnages, pour l'année 2021. Ces données ne distinguent pas le détail propre aux marchés de transport des marchandises pour un tiers de celui des marchandises destinées à la vente de biens réalisée par l'armateur. Elles se contentent de chiffrer les volumes consacrés à la vente à l'aventure, mais par île et non par navire. Pour déterminer les parts de marché du transport maritime de marchandises, la partie notifiante propose de déduire du total les volumes consacrés à la vente à l'aventure et de multiplier le tonnage des navires concurrents par un coefficient approximatif commun pour exclure de leurs volumes ceux consacrés à la vente de biens, et ce y compris pour les concurrents ne pratiquant pas la vente à l'aventure.

61. L'Autorité a fait le choix d'écarter de l'analyse les navires n'effectuant pas de desserte régulière des zones étudiées, ainsi que les navires Tahiti Nui, appartenant à la flottille administrative, dans la mesure où ils ont un rôle d'assistance, et ne proposent pas d'offre commerciale (ils ne constituent donc pas une concurrence pour les navires des parties à l'opération).

62. Il apparaît également plus rigoureux à l'Autorité de s'appuyer sur les volumes de marchandises transportées fournies par la DPAM[31] sans en retirer les volumes affectés à la vente de biens pour deux raisons :

- les données de la DPAM permettent seulement de distinguer la part dans le transport total de la vente à l'aventure, mais sans distinction par navire ou par armateur, alors que les acteurs ont des stratégies différentes et que certains ne pratiquent pas du tout de vente à l'aventure ; appliquer un abattement global identique à tous conduit ainsi à fausser les parts de marché respectives des différents acteurs ;
- l'ensemble de ces marchandises – quel que soit leur chargeur - relèvent du transport maritime de marchandises et font l'objet d'une facturation au client final, même si, pour la vente de biens, en l'occurrence, le client initial et chargeur est l'armateur lui-même.

63. Pour sa part, le marché de la vente de biens fera l'objet d'une analyse en valeur et non pas en volume comme pour le transport de marchandises.

1. Sur les marchés du transport maritime interinsulaire de marchandises

64. Les volumes du transport maritime de marchandises dans les différentes zones sont repris dans les tableaux suivants.

Transport interinsulaire maritime de marchandises en volume (tonnes de marchandise) pour l'année 2021

	Iles sous le vent	Tuamotu Est	Tuamotu Centre	Tuamotu Ouest	Gambier	**Total**
Fret	152 052	7 631	18 388	41 805	8 428	**228 304**

Source : APC d'après DPAM

[31] Statistiques maritimes interinsulaires, récapitulatif : Polynésie française année 2021 de la DPAM.

Parts de marché en volume (tonnes) des différents acteurs sur les marchés du transport maritime de marchandises par les armateurs, sur les différentes zones géographiques concernées

	Navires	Iles sous le vent	PM	Tuamotu Est	PM	Tuamotu Centre	PM	Tuamotu Ouest	PM	Gambier	PM
Société de navigation polynésienne (SNP)	Hawaiki Nui	69 006	45%	-	-	-	-	-	-	-	-
	Nuku Hau	-	-	2 776	36%	4 884	27%	-	-	2 038	24%
Société de transport maritime des Tuamotu Ouest (TMTO)	Mareva Nui	-	-	-	-	1 787	10%	10 875	26%	-	-
Part acquéreur après opération			45%		36%		36%		26%		24%
SA Société de navigation des Tuamotu (SNT)	Saint Xavier Maris Stella III	-	-	952	12%	3 898	21%	788	2%	-	-
	Saint Xavier Maris Stella IV	-	-	-	-	4 073	22%	15 441	37%	-	-
Total SNT			-		12%		43%		39%	-	0%
SA Compagnie française maritime de Tahiti (CFMT)	Taporo 6	12 421	-	-	-	-	-	50	0,1%	-	-
	Taporo 7	70 626	46%	-	-	-	-		-	-	-
	Taporo 8	-	-	3 903	51%	3 055	17%	-	-	6 389	76%
	Taporo 9	-	-	-	-	-	-	369	0,9%	-	-
Total CFMT			46%		51%		17%		1%		76%
SNC Agnieray et cie	Dory	-	-	-	-	-	-	9 592	23%	-	-
SA Compagnie polynésienne	Aranui 5	-	-	-	-	-	-	73	0,2%	-	-
SNC Hargous et cie	Cobia 3	-	-	-	-	691	4%	4 616	11%	-	-
	Total	152 052	100%	7 631	100%	18 388	100%	41 805	100%	8 428	100%

Source : APC d'après DPAM

65. L'opération aboutirait à une augmentation des parts de marché de SNP sur la zone des Tuamotu Ouest, où elle sera nouvellement entrante, ainsi que sur celle des Tuamotu Centre. C'est donc sur ces deux marchés géographiques qu'une analyse des effets de l'opération doit être menée.

66. En revanche, la situation restera inchangée aux Iles sous le vent, Tuamotu Est et Gambier, où seule SNP est présente. La configuration concurrentielle de ces zones n'étant pas modifiée à l'issue de l'opération, il est alors possible d'écarter tout risque d'effets horizontaux.

67. ***S'agissant de la zone des Tuamotu Ouest***, seule la cible est active sur ce marché. Elle y dessert Makatea, Mataiva, Tikehau, Rangiroa, Ahe, Manihi, Takaroa, Takapoto, Raraka, Kauehi, Fakarava, Niau, Toau, Apataki, Arutua, Kaukura. Il n'y a sur cette zone, aucun chevauchement d'activité entre les parties.

68. Le marché du transport maritime interinsulaire de marchandises aux Tuamotu Ouest représente, pour l'année 2021, 41 805 tonnes de marchandises transportées.

69. A titre d'information, au cours des trois derniers exercices clos, TMTO a réalisé sur ce marché les chiffres d'affaires suivants :

	2021	2020	2019
CA	[…]	[…]	[…]

70. Dans la mesure où la société représente environ un quart du marché en volume, le marché en valeur peut être estimé autour de […] de francs.[32]

71. En tout état de cause, dans la mesure où la facturation du transport est calculée en fonction du volume ou du poids des marchandises, indépendamment de leur valeur, une estimation plus précise des parts de marché en valeur n'apparait pas nécessaire et serait sujette à caution. En effet, plusieurs des acteurs du secteur ne disposent pas d'une comptabilité analytique

[32] En cohérence avec l'estimation de la partie notifiante, d'après laquelle le marché du transport maritime interinsulaire de marchandises aux Tuamotu Ouest pourrait être estimé à environ […] de F cfp sur la base d'un prix de transport à la tonne fixé par la partie notifiante ([…] F cfp).

suffisamment fine pour déterminer précisément le chiffre d'affaires du transport affecté à chaque navire et à chaque zone. Inversement, les volumes transportés par île et par navire font l'objet d'une estimation précise par la DPAM,

72. Les estimations des parts de marché ont donc été effectuées sur la base des volumes transportés.

73. Au sein de cette zone, le tableau ci-dessous détaille les estimations des parts de marché en volume (tonnes) détenues par la société cible et ses concurrents :

Société	Navires	Tonnage	Parts de marché
Société de navigation polynésienne (SNP)	Nuku Hau	-	-
Société de transport maritime des Tuamotu Ouest (TMTO)	Mareva Nui	10 875	26%
Part acquéreur après opération		10 875	26%
SA Société de navigation des Tuamotu (SNT)	Saint Xavier Maris Stella III	788	2%
	Saint Xavier Maris Stella IV	15 441	37%
Total SNT		16 229	39%
SA Compagnie française maritime de Tahiti (CFMT)	Taporo 9	369	1%
	Taporo 6 (remplacement du 9)	50	0,12%
Total CFMT		420	1%
SNC Hargous et cie	Cobia 3	4 616	11%
SNC Agnieray et cie	Dory	9 592	23%
SA Compagnie polynésienne de transport maritime (CPTM)	Aranui 5	73	0,17%
	Total :	41 805	100%

Source : APC d'après DPAM

74. A l'issue de l'opération, l'acquéreur se substituera à la cible, il n'y aura ainsi aucun effet direct d'élimination de la concurrence entre les parties à la concentration, dans la mesure où elles ne sont pas concurrentes sur cette zone.

75. Dans les Tuamotu Ouest, SNP disposerait ainsi à l'issue de l'opération, d'une part de marché de 26 %, équivalent à celle de TMTO aujourd'hui et se trouvera en concurrence avec cinq armateurs : la Société de navigation des Tuamotu (SNT) avec les navires Saint Xavier Maris Stella III (2 %) et IV (37 %), la SA Compagnie française maritime de Tahiti (CFMT) avec le navire Taporo 9 (environ 1 %), la SNC Hargous et Cie avec le navire Cobia 3 (11 %), la SNC Agnieray et cie avec le navire Dory (23 %) et enfin la SA Compagnie polynésienne de transport maritime (CPTM) avec le navire Aranui 5 (0,17 %).

76. La structure du marché demeurera inchangée à l'issue de l'opération et le risque d'effets horizontaux peut être écarté sur cette zone.

77. ***S'agissant de la zone des Tuamotu Centre,*** l'activité des parties ne se recoupe que sur une seule île. TMTO, ne dessert en effet que l'île de Makemo sur cette zone, sur laquelle SNP est également active (SNP dessert également Anaa, Ahunui, Anuanurunga, Hao, Haraiki, Hereheretue, Hikueru, Katiu, Manuhangi, Marokau, Nihiru, Paraoa, Raroia, Reka Reka, Taenga, Takume, Tauere, et Tekokota). L'opération entraîne donc un chevauchement d'activité sur la seule zone des Tuamotu Centre et plus particulièrement sur l'île de Makemo.

78. Le tableau ci-dessous détaille les estimations des parts de marché en volume (tonnes) détenues par les parties à l'opération et leurs concurrents sur le marché de transport maritime interinsulaire de marchandises dans la zone des Tuamotu Centre :

Société	Navires	Tonnage	Parts de marché
Société de navigation polynésienne (SNP)	Nuku Hau	4 884	26,6%
Société de transport maritime des Tuamotu Ouest (TMTO)	Mareva Nui	1 787	9,7%
Part acquéreur après opération		6 671	36%
SA Société de navigation des Tuamotu (SNT)	Saint Xavier Maris Stella III	3 898	21%
	Saint Xavier Maris Stella IV	4 073	22%
Total SNT		7 971	43%
SA Compagnie française maritime de Tahiti (CFMT)	Taporo 8	3 055	17%
SNC Hargous et cie	Cobia 3	691	4%
	Total :	18 388	100%

Source : APC d'après DPAM

79. L'acquisition de la société TMTO portera la part de marché de la SNP sur la zone des Tuamotu Centre, à 36 % (les parts de marché de TMTO et SNP étant respectivement de 9,7 % et 26,6 %).

80. Toutefois, à l'issue de l'opération, la nouvelle entité restera confrontée à la concurrence exercée par trois armateurs, disposant de quatre navires : le Cobia 3 détenu par la SNC Hargous et Cie (4 %), les Saint Xavier Maris Stella III (21 %) et IV (22 %) détenus par SNT (43 %) ainsi qu'à celle du Taporo 8 détenu par CFMT (17 %). La part de SNP restera en particulier moins élevée que celle de son concurrent immédiat, SNT, qui détient une position forte (43 %). SNT, est d'ailleurs également le concurrent direct des parties sur l'île de Makemo, avec son navire le Saint Xavier Maris Stella III.

81. Il ressort des données de l'instruction que le marché du transport maritime interinsulaire de marchandise sur la zone des Tuamotu Ouest peut être considéré comme concentré[33]. Toutefois, il convient de préciser que le chevauchement d'activité résultant de l'opération concerne uniquement l'île de Makemo sur l'ensemble de la zone et SNP sera en concurrence avec de nombreux armateurs concurrents, dont SNT qui détient une part de marché significativement plus importante.

82. Par ailleurs, SNT indique avoir la capacité de répondre à la pression concurrentielle qui sera exercée à l'issue de l'opération si elle venait à être autorisée et indique, dans ses réponses au test de marché, être prête à acquérir un nouveau navire et à améliorer la qualité de ses services, traduisant de potentiels effets pro-concurrentiels de l'opération envisagée.

83. En outre, la concentration des acheteurs, leur taille, la diversité de leurs achats, sont des facteurs susceptibles de leur conférer une puissance d'achat compensatrice. Si la structure de la demande sur les marchés interinsulaires de marchandises est caractérisée par une forte atomicité de la demande, il ressort des résultats du test de marché que plusieurs entreprises clientes ont recours aux services de différents armateurs (parties et concurrents). Tel est le cas par exemple des sociétés TotalEnergie Marketing Polynésie (hydrocarbures), Pacific Petroleum et services (hydrocarbures), l'entreprise Pugibet (matériaux de construction) ou encore Wing Chong SAS (produits alimentaires, marchandises générales). Au surplus, il n'existe pas d'accord de coopération entre les parties à l'opération et les clients. Sur les zones étudiées, les parties ont donc à faire face à la concurrence des autres armateurs présents et au pouvoir de marché des clients.

84. Il en résulte que l'augmentation de la part de marché de la nouvelle entité ne devrait pas avoir d'impact sur la situation concurrentielle, sauf à améliorer le service de transport des parties au bénéfice des clients. Il ressort notamment des tests de marché effectués par l'Autorité auprès des acteurs identifiés que la majorité d'entre eux estiment que l'opération permettra de favoriser

[33] Niveau de concentration du marché est établi à partir de l'Indice Herfindahl-Hirschmann (IHH) qui permet de mesurer la concentration du marché en calculant la somme du carré de la part de marché de toutes les entreprises présentes sur le secteur.

des économies d'échelle pour l'opérateur ou encore la fiabilité ou la régularité des transports ainsi que le renouvellement des bateaux. L'amélioration de l'organisation des opérations de chargement ou déchargement n'emporte pas plus d'avis favorable que défavorable.

85. Compte tenu de l'ensemble de ces éléments, l'Autorité estime que l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur le marché du transport des marchandises dans les Tuamotu Centre.

2. Sur les marchés de la vente de biens

86. Selon la DPAM, les volumes affectés à de la « vente à l'aventure » pour 2021 sont relativement faibles, équivalents à 3,6 % des volumes transportés pour les Tuamotu Centre et à 6,6 % pour les Tuamotu Ouest. En outre, tous les transporteurs ne pratiquent pas la vente à l'aventure.

87. S'y ajoute la vente de biens pour des clients spécifiques, ou vente sur commande, qui s'apparente en partie au simple transport de marchandises (mais le transporteur est également le vendeur) et pour partie à la vente à l'aventure (mais sans l'aléa sur les ventes).

88. S'agissant des parties à l'opération, les volumes consacrés à la vente de biens au détail représentent [5-10] % du tonnage transporté par SNP et [10-20] % du tonnage transporté par TMTO.

89. Toutefois, appréhendée en valeur, cette activité de vente de biens n'est pas négligeable. En effet, au revenu procuré par le transport s'ajoute le revenu procuré par la vente des produits eux-mêmes, qui peut être significatif et représenter une partie importante du chiffre d'affaires des transporteurs.

90. Certains transporteurs ont déclaré être dans l'impossibilité de distinguer ces deux activités dans les zones concernées par l'opération, faute de comptabilité analytique. Toutefois, les données communiquées permettent d'estimer que la vente de biens, sur commande et à l'aventure, représentait, en 2021, [45-55] % du chiffre d'affaires de TMTO dans la zone Tuamotu Ouest et [50-60] % dans la zone Tuamotu Centre ; [65-75] % du chiffre d'affaires de SNP dans la zone Tuamotu Centre ; [40-50] % du chiffre d'affaires du principal concurrent, SNT ; et [5-10] % de l'activité de fret du groupe Aranui. Le navire Cobia 3 ne pratique pas de vente à l'aventure. La vente de biens apparaît donc importante pour l'équilibre financier de ces groupes.

91. Pour la plus grande partie, ces ventes sont constituées par des hydrocarbures, des matériaux de construction, des produits alimentaires, commandés ou acquis par des particuliers ou des professionnels (perliculteurs, entrepreneurs du coprah, commerces alimentaires).

92. Il convient d'intégrer à ce marché la concurrence exercée par les commerces des îles, alimentaires ou non, qui vendent des produits très similaires aux transporteurs. Leur part de marché est estimée à 70 %, conformément à l'analyse effectuée par l'Autorité dans sa décision n° 2017-CC-01 à propos de la zone des Tuamotu Centre[34]. L'analyse peut être la même pour les Tuamotu Ouest, dans la mesure où ces îles disposent pour beaucoup de commerces alimentaires. Dans ce cas, l'Autorité estime que les parts de marché de TMTO et SNP ne dépassent pas 15 %.

93. A l'issue de l'opération, la situation concurrentielle restera inchangée ***aux Gambier et aux Iles-sous-le-Vent***, où seule SNP est présente, écartant dès lors tout risque d'effets horizontaux.

94. ***S'agissant de la zone des Tuamotu Ouest***, la partie notifiante disposerait à l'issue de l'opération d'une part de marché inchangée puisque SNP n'est pas présente dans la zone et ne fera que se substituer à TMTO. Elle y fera par ailleurs face à la concurrence de la Société de navigation des Tuamotu (SNT) avec les navires Saint Xavier Maris Stella III et IV, ainsi qu'à celle des commerces de détail concurrents sur ce marché et très présents dans les principales îles de la

[34] Décision n° 2017-CC-01, *op. cit.*, page 49.

zone (qui comprend notamment les îles de Fakarava, Rangiroa ou Tikehau). Le risque d'effets horizontaux peut donc être également écarté sur cette zone.

95. ***S'agissant de la zone des Tuamotu Centre***, si l'acquisition de la société TMTO va accroitre la part de marché de la SNP sur la zone des Tuamotu Centre, dans la mesure où TMTO est active à Makemo, l'addition de parts de marché emportée par l'opération notifiée demeure faible (inférieure à 15 % sur l'ensemble des deux zones) et SNP fera toutefois face à la concurrence de la Société de navigation des Tuamotu (SNT) avec les navires Saint Xavier Maris Stella III et IV, ainsi que celle des commerces de détail concurrents sur ce marché et très présents dans les principales îles de la zone et notamment à Makemo. Le risque d'effets horizontaux peut donc être écarté.

B. ANALYSE DES EFFETS VERTICAUX

96. Une concentration avec effets verticaux est généralement susceptible d'engendrer des gains d'efficacité et de favoriser la concurrence, notamment par l'intégration d'activités complémentaires, l'internalisation des doubles marges, la réduction des coûts de transaction ou une meilleure organisation du processus de production. Elle peut également 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 ou les marchés amont lorsque la branche aval de l'entreprise intégrée refuse d'acheter les produits des concurrents actifs en amont et réduit ainsi leurs débouchés commerciaux.

97. Pour déterminer si un tel verrouillage des intrants ou un verrouillage de l'accès à la clientèle existe, l'Autorité examine si la nouvelle entité dispose de la possibilité de verrouiller le marché, si elle est incitée à le faire et si la stratégie de verrouillage produit un effet restrictif sur les marchés en cause.

98. Les parties à l'opération interviennent sur des marchés situés à des stades différents de la chaîne de valeur. Seul le groupe acquéreur (le groupe Martin), est déjà actif sur les marchés amont de la production/importation de boissons (alcoolisées et non-alcoolisées), et sur les marchés aval du transport maritime interinsulaire de marchandises ainsi que de la vente de biens.

1. Sur les marchés du transport maritime interinsulaire de marchandises et de la production/distribution de boissons

99. Sur les marchés du transport maritime interinsulaire de marchandises, la part de marché de l'acquéreur s'élèvera à 36 % sur la zone des Tuamotu Centre et 26 % sur la zone des Tuamotu Ouest. Pour rappel, l'opération permettra à terme d'augmenter la part de marché de l'acquéreur sur la zone des Tuamotu Centre, et uniquement sur une île de cette zone, où l'acquéreur restera confronté à la concurrence de l'opérateur SNT. Elle permettra également à l'acquéreur d'être actif sur la zone des Tuamotu Ouest par l'acquisition du Mareva Nui. Il sera toutefois en concurrence sur ces deux zones avec plusieurs autres armateurs dont certains sont présents dans plusieurs zones tarifaires où le groupe acquéreur est également actif.

100. ***Sur un risque de verrouillage des intrants***. Il ressort de l'instruction que l'ensemble des concurrents transportent les produits du groupe Martin, y compris sur la zone des Tuamotu Centre où SNP est déjà active. Actuellement, la stratégie du groupe Martin consiste d'ailleurs à répartir le transport de ses produits (Brasserie de Tahiti) avec les différents armateurs et selon la partie notifiante, le groupe Martin n'aurait aucun intérêt à abandonner cette stratégie de diversification post opération, dès lors qu'elle lui permet, d'une part, d'assurer des livraisons

régulières sur toutes les îles en optimisant la fréquence de desserte et le nombre de rotations de chaque navire - tels que définis dans leur licence d'exploitation – et, d'autre part, de garantir les livraisons en cas d'avarie du Nuku Hau et/ou du Mareva Nui.

101. La stratégie de diversification du transport par le groupe Brasserie de Tahiti apparaît vérifiée sur la zone. Dans la zone des Tuamotu Centre, en 2021, [20-30] % des produits de la Brasserie de Tahiti ont été transportés par des navires du groupe SNT, [10-20] % auprès du Cobia et [10-20] % auprès du Taporo 8, soit environ [40-50] %, auxquels doivent s'ajouter les [10-20] % transportés par le Mareva Nui, alors totalement indépendant de l'acquéreur. La part transportée par le navire du groupe, le Nuku Hau, s'élevait pour sa part à [40-50] %. Dans la zone Tuamotu Ouest, Mareva Nui ne représentait en 2021 que [15-25] % du volume transporté pour le compte de la Brasserie de Tahiti, tandis que parmi ses principaux concurrent, les deux navires de SNT en représentaient [25-35] %, le Dory [35-45] % et le Cobia [10-20] %. Par ailleurs, La Cave de Tahiti, autre filiale du groupe, adopte une politique de diversification des navires puisque ses produits transportés en 2022 à destination d'îles en Polynésie française (à l'exception de Moorea) sur des navires concurrents de la SNP représentent [70-80] % de son chiffre d'affaires.

102. Sur la zone des Tuamotu Ouest, à l'issue de l'opération, l'acquéreur deviendra actif mais ne disposera que d'un seul navire, le Mareva Nui. L'Autorité, suivant le raisonnement adopté dans sa décision du 9 mars 2017, considère qu'il est dans l'intérêt de SNP de continuer à utiliser plusieurs armateurs pour transporter ses produits afin d'assurer des livraisons régulières, ce que ne permettrait pas le recours à un seul bateau dans la zone. Il ressort à cet égard des résultats du test de marché que la ponctualité et le respect des dates et fréquences de dessertes, ainsi que la qualité de la prestation de transport réalisée, sont les principaux critères de choix d'un armateur.

103. Sur la zone des Tuamotu Centre, il est très peu probable que l'acquisition d'un second navire par SNP soit susceptible de remettre en cause la stratégie de diversification du groupe ; d'une part, ce navire n'intervient que de manière très limitée (une seule île) et, d'autre part, plusieurs concurrents sont présents sur plusieurs zones tarifaires de la Polynésie française et représentent sur cet ensemble une part importante en valeur dans le transport des produits de la société BDT.

104. Enfin, il ressort également de l'instruction du dossier que le choix du transporteur est souvent imposé par le client final, ce choix pouvant être motivé par la date de départ du navire.

105. Le risque de verrouillage des intrants peut donc être écarté.

106. ***Sur un risque de verrouillage de l'accès aux débouchés.*** Un scenario selon lequel la nouvelle entité pourrait choisir volontairement de réduire momentanément le taux de remplissage de ses bateaux et son activité à l'aval (forclusion partielle) n'est pas avéré, car cette perte ne serait probablement pas en mesure d'être compensée par des gains sur les marchés amont du fait de l'offre de transport alternative disponible. Dans sa décision de 2017, l'Autorité avait considéré que sur la zone des Tuamotu Centre, SNT disposait de parts de marché élevées et que les concurrents du groupe acquéreur sur les marchés amont faisaient déjà transporter leurs produits majoritairement par le navire de la SNT. Ce constat étant toujours en vigueur et valable également dans la zone des Tuamotu Ouest, l'effet potentiel d'un refus de la part du groupe acquéreur de transporter leurs produits sur ses navires serait donc relativement faible.

107. Il ressort également des éléments du dossier que les produits des filiales du groupe ne représentent qu'une faible part du chiffre d'affaires de la société cible, et ne seraient pas en mesure de compenser les volumes perdus[35]. Enfin, selon la partie notifiante, les relations

[35] D'après la partie notifiante : « *Le chiffre d'affaires généré par le transport des produits de la société Brasserie de Tahiti sur le Mareva Nui en 2022 n'est que de […] f Cfp, soit moins de [0-5] % du chiffre d'affaires réalisé par la société TMTO. De même, avant le démantèlement de la société SDA début 2023, le chiffre d'affaires généré par les produits de cette dernière transportés sur le Mareva Nui en 2021 n'était que de […] fcfp, soit moins de [0-5] % du chiffre d'affaires de la société TMTO. Brasserie de Tahiti représentant une faible part du chiffre d'affaires réalisé par la société TMTO sur le marché du transport maritime interinsulaire de marchandises (moins de [0-5] % en tenant compte à la fois des produits de la société Brasserie de Tahiti et ceux de la société SDA). ».*

commerciales sur ces marchés ne sont pas régies par des accords de coopération. Il est donc en principe aisé pour les clients de changer de transporteur.

108. Compte tenu de ces éléments, l'Autorité estime que la présente opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux sur les marchés du transport maritime interinsulaire de marchandises et de la production/distribution de boissons.

2. Sur les marchés de la vente de biens et de la production/distribution de boissons

109. Sur les marchés de la vente de biens, la part de marché de l'acquéreur s'élèvera sur les deux zones des Tuamotu Centre et des Tuamotu Ouest à moins de 15 % (en tenant compte de la concurrence des commerces alimentaires). Parmi les biens proposés à la vente, les parties s'approvisionnent entre autres auprès des filiales du groupe Martin, soit en bières et en limonade auprès de BDT, soit en eaux en bonbonnes auprès de la société SDA[36].

110. ***Sur un risque de verrouillage des intrants***. La société SDA, filiale du groupe Martin, réalise la majorité de ses ventes auprès des armateurs concurrents : [40-50] % auprès de TMTO (indépendant), [25-35] % auprès de SNT ([15-25] % pour SXMS III et [5-15] % pour SXMS IV), [5-10] % auprès de la SNC Hargous et cie et [0-5]% auprès de CFMT (Taporo 8) ainsi que de la SNC Agnieray et cie. Seules [15-25] % des ventes sont réalisées auprès de SNP. Il en est de même pour les produits de BDT, dont la majorité des ventes à l'aventure a été effectuée auprès des armateurs concurrents ([65-75] % auprès de TMTO et [20-30] % auprès de SNT).

111. Si, le navire Mareva Nui (TMTO) représente une part importante de ces achats ([40-50] % des ventes de SDA et [65-75] % de celles de La Brasserie de Tahiti), les boissons ne représentent qu'une faible part de l'approvisionnement sur ce marché : [5-10] % des achats pour la vente à l'aventure de SNP et [5-15] % des achats de TMTO. Les autres types de produits (tels que les hydrocarbures, gaz et matériaux de construction) représentent une part bien plus élevée[37]. Selon la partie notifiante, les mêmes ordres de grandeur de répartition entre ventes de boissons et autres ventes sont applicables aux autres armateurs. Les effets d'une potentielle stratégie de verrouillage seraient donc limités et sa mise en œuvre aurait surtout pour effet de limiter les ventes globales de la Brasserie de Tahiti.

112. Le risque de verrouillage des intrants peut donc être écarté.

113. ***Sur un risque de verrouillage de l'accès aux débouchés.*** Sur les Tuamotu Centre et les Tuamotu Ouest, les concurrents de SNP disposent d'un accès alternatif à la clientèle, *via* les autres armateurs, dont SNT, qui dispose de parts de marché élevées dans la zone pour ce qui concerne le fret. Les concurrents de SNP sur les marchés amont utilisent donc déjà majoritairement le navire de SNT pour approvisionner les commerces de détail à dominante alimentaire situés dans cette zone.

114. En outre, dans la zone Tuamotu Centre, où SNP est déjà active, on constate qu'elle s'approvisionne déjà auprès de certains des concurrents du groupe et les produits en provenance des sociétés du groupe acquéreur sont minoritaires ([5-10] % de produits de la BDT et [0-5] % de SDA), tandis que des fournisseurs concurrents sont également représentés ([5-10] % de produits de Wing Chong, [0-5] % de SIPAC). Les proportions sont relativement proches pour TMTO. SNP ne semble donc pas privilégier les produits issus du groupe dont elle fait partie et une stratégie de verrouillage lui ferait perdre des débouchés significatifs.

115. Le risque de verrouillage des intrants peut donc être écarté.

---

[36] Celle-ci n'ayant, depuis avril 2023, qu'une activité immobilière, les montants des achats réalisés seront désormais intégrés à ceux de la BDT.

[37] Pour SNP : hydrocarbures et gaz ([50-60] %), produits alimentaires ([30-40] %).

Pour TMTO : produits alimentaires ([40-50] %), hydrocarbures et gaz ([25-35] %), matériaux de construction ([10-20] %).

116. Ainsi, l'opération n'apparait pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur les marchés de la vente de biens, par le biais d'effets verticaux.

C. ANALYSE DES EFFETS CONGLOMERAUX

117. 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 avec lequel le premier produit est lié ou groupé. Certaines concentrations conglomérales peuvent produire des effets restrictifs de concurrence lorsqu'elles permettent de lier, techniquement ou commercialement, les ventes des produits de la nouvelle entité de façon à verrouiller le marché et à en évincer les concurrents. En particulier, le recours à des offres et remises liées ou groupées peut conférer à une entreprise la capacité et la motivation d'exploiter, par un effet de levier, la forte position qu'elle occupe sur un marché.

118. En l'espèce, l'opération permettra au groupe acquéreur d'élargir sa gamme de services au sein du secteur du transport maritime de marchandises en Polynésie française puisqu'elle lui permet de desservir les Tuamotu Ouest, zone où il est actuellement absent.

119. L'incrément de parts de marché dont bénéficiera SNP à l'issue de l'opération concerne est faible et le chevauchement d'activité est limité à l'île de Makemo dans les Tuamotu Centre.

120. Il ressort du test de marché que les clients ne bénéficient pas de meilleurs prix ou de remises supplémentaires si leurs besoins couvrent plusieurs archipels ou zones tarifaires. L'ajout d'une nouvelle zone dans la desserte de la partie acquéreuse ne semble pas susceptible d'engendrer un risque de levier.

121. SNP restera soumise à la concurrence de plusieurs armateurs, dont au moins deux (CFMT et SNT) seront en mesure de répliquer, avec des effets équivalents, aux parties à la concentration, par des remises qui cumuleraient les volumes ou les chiffres d'affaires des flux de marchandises des différentes zones de la Polynésie française.

Vue schématique des présences commerciales des armateurs par zone de desserte :

Armateurs	Navires	IDV	ISLV	Tuamotu				Gambier	Marquises	Australes
				Ouest	Centre	Est	N-E			
Parties	Hawaiki Nui, Nuku Hau & Mareva Nui		x	x	x	x		x		
CFMT	Taporo 6, 7, 8 & 9		x	x	x	x	x	x	x	
SNT	Saint Xavier Maris Stella III & IV			x	x	x	x			
Groupe DEGAGE	Aremiti Ferry 2, Aremiti 5 & 6, Dory	x	x	x						
Hargous	Cobia 3			x	x					
CPTM	Aranui 5			x					x	
SNA	Tuhaa Pae 4									x
Terevau	Terevau	x								
Vaeara'i	Vaeara'i (Ex Terevau Piti)	x	x							
Parts de fret concernées (PF)		38%	33%	9%	4%	2%	1%	2%	7%	5%

122. La probabilité de l'adoption d'une stratégie de verrouillage par la nouvelle entité n'est donc pas établie.

DECISION

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 23/0008C est autorisée.

Délibéré sur le rapport oral de Meherio Fariki, rapporteure, et l'intervention de Antoine Callot, rapporteur général adjoint, par Johanne Peyre, présidente, Youssef Guenzoui, Marie-Christine Lubrano, et Lionel Dantiacq, membres.

La Présidente

Johanne Peyre