

Une nouvelle concurrence aérienne internationale en Polynésie Française : et après ?

Sylvain Petit

► **To cite this version:**

Sylvain Petit. Une nouvelle concurrence aérienne internationale en Polynésie Française : et après ?. 3ème conférence du Réseau de Recherche des Universités du Pacifique Insulaire (PIURN), Université de la Polynésie française, Oct 2018, Punaauia, France. hal-02138654

HAL Id: hal-02138654

<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02138654>

Submitted on 8 Aug 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Proceedings of the 3rd Pacific Islands Universities Research Network conference

Une nouvelle compagnie aérienne internationale en Polynésie Française : et après ?

Sylvain Petit

Maître de conférences HDR en sciences économiques
CETOP-GDI EA 4240, Université de la Polynésie française
IDP, EA 1384, Université Polytechnique Hauts de France
sylvain.petit@upf.pf
B.P. 6570 - 98702 Faa'a - Tahiti - Polynésie française

Mots clés: concurrence aérienne, économie du tourisme, estimation économétrique, prévisions et simulations, stratégies, développement local

Résumé

Après une longue et profonde phase de recul entre 2001 et 2011, la fréquentation touristique de la Polynésie française est aujourd'hui en situation de croissance soutenue (environ 7% pour 2018). Cette période s'accompagne de profondes mutations pour la filière touristique comme par exemple avec l'arrivée de nouvelles compagnies aériennes internationales (French Bee et United Airlines). Ce présent travail a pour objectif de mesurer les conséquences de cette nouvelle concurrence dans l'aérien international pour cette destination.

L'apport de cet article est double. Premièrement, on présente un nouvel éclairage sur la crise du produit touristique polynésien en utilisant comme cadrage théorique la concurrence monopolistique. Cette présentation permet de mieux comprendre la fragilité de la destination et les enjeux importants que posent l'arrivée de ces nouvelles compagnies aériennes. Deuxièmement, grâce à une modélisation économétrique, il est mis en évidence qu'outre les éléments temporels (tendance et identifications des périodes saisonnières), trois variables semblent avoir un effet sur les arrivées touristiques : le niveau d'activité économique de la Polynésie française, le nombre d'avions arrivants en Polynésie française et le taux de change avec le dollar. D'après ces estimations, la croissance des arrivées touristiques sera fortement impactée par cette nouvelle capacité du transport aérien, ce qui illustre l'urgence d'adapter le produit touristique à cette nouvelle croissance.

Introduction

Entre 2001 et 2011, les arrivées de touristes internationaux en Polynésie française ont diminué d'environ 30%. Même si la situation actuelle est désormais plus favorable, la destination ne s'est jamais complètement remise de cette période qui peut s'expliquer principalement par une mauvaise analyse du marché touristique international et un produit touristique mal adapté. En effet, comme l'a indiqué Poirine (2011), le produit touristique polynésien reposait sur le « bungalow sur pilotis » et visait soit les couples en voyage de noces, soit les jeunes retraités. Or ce même produit a été proposé par d'autres destinations au début des années 2000 mais avec des tarifs plus compétitifs (Maldives, Seychelles).

Désormais, on peut constater une forte reprise de la fréquentation touristique depuis 2014, ce qui attire l'attention d'éventuels nouveaux investisseurs. Les premiers mouvements importants de mutation de la filière touristique polynésienne concernent le secteur du transport aérien international. Sur le trajet le plus important pour la Polynésie (Papeete-Los Angeles et Papeete-Paris via Los Angeles, trajets représentant près de 72% de la clientèle touristique), la structure de marché était jusque-là une forme de duopole (Air Tahiti Nui et Air France). Deux nouvelles compagnies vont exploiter ces trajets. La première, French Bee, proposera une formule de type « low cost » sur le trajet Paris-Papeete (toujours via une escale), ce qui semble révéler une forme d'innovation

sectorielle étant donné la distance du trajet. French Bee sera dans une logique d'optimisation de son taux de remplissage en minimisant ses coûts variables. De plus, le trajet est légèrement différent puisque l'aéroport de Paris est celui d'Orly (et non Roissy comme pour Air Tahiti Nui et Air France) et que l'escale est effectuée à San-Francisco. Le second opérateur, United Airlines, proposera des vols San-Francisco-Papeete. Cette compagnie va pouvoir s'appuyer sur son important réseau de connectivité aérienne (notamment en Amérique du Nord) et sur son réseau de commercialisation.

Dans le débat public, la première anticipation concernant ces arrivées est une baisse généralisée des tarifs sur ces lignes. Cette anticipation est tout à fait rationnelle étant donné l'accroissement du degré concurrentiel (on passerait de 2 à 4 compagnies) et le doublement potentiel de l'offre de sièges. La seconde réaction concerne l'inquiétude par rapport à la rentabilité future de la compagnie locale (Air Tahiti Nui) avec cette nouvelle concurrence. En effet, cette compagnie atypique pour le transport aérien international, dont le capital est détenu à hauteur de 85% par les pouvoirs publics locaux avec une flotte de 4-5 avions et un objectif de promotion de la destination polynésienne, fut créée en 1996 et n'est parvenue qu'à partir de 2013-2014 à trouver un modèle économique rentable.

Cependant, il apparaît que les conséquences économiques seront bien plus profondes. Premièrement, la Polynésie française est une petite destination touristique (avec à peine 200 000 touristes par an) et par conséquent, on peut s'attendre à ce que les autres acteurs de la filière soient touchés, notamment l'hébergement. De plus, même si d'autres formes d'hébergement que l'hôtellerie existent (pensions de familles, locatifs, croisières, etc.), elles ne peuvent qu'apporter un supplément de capacités d'hébergement qui reste limité à ce jour. Deuxièmement, cette économie insulaire est très dépendante du tourisme et donc les impacts indirects d'une augmentation de la fréquentation touristique seront nombreux. Après les dotations de l'Etat français, le tourisme représente la principale ressource de devises extérieures. Selon l'ISPF (2017), le tourisme rapporte plus de 50 milliards de Fcfp par an. Par conséquent, cette concurrence plus accrue dans l'aérien international aura probablement les conséquences suivantes : augmentation des arrivées touristiques, hausse des prix de l'hôtellerie, modification des retombées économiques du tourisme et développement de l'offre d'hébergement sur le long-terme.

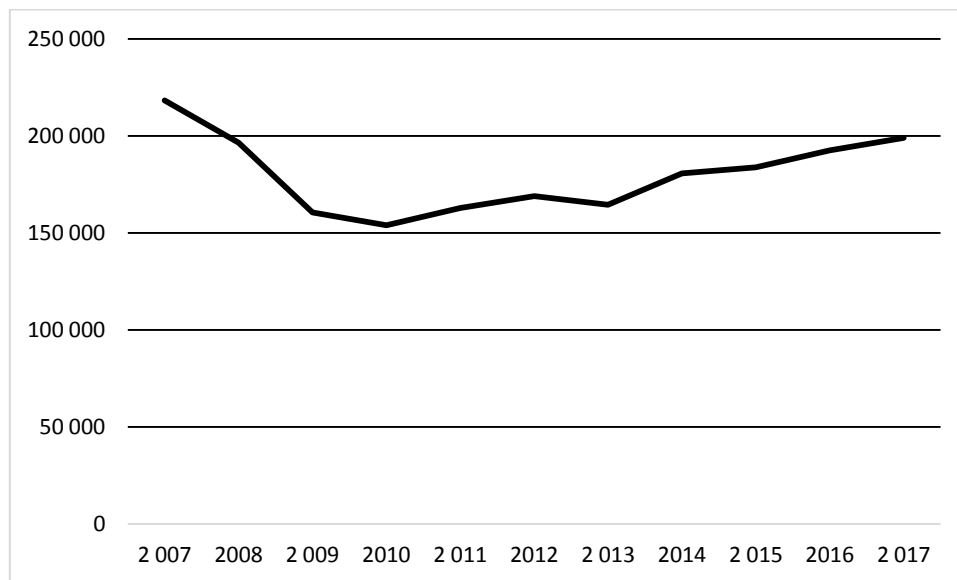
L'apport de ce travail de recherche est de détailler ces effets et de les quantifier. Dans un premier temps, une présentation de l'évolution du tourisme en Polynésie française est effectuée afin notamment de comprendre pourquoi cette destination a autant de difficultés à se développer. Ce travail est complété d'une analyse sur les autres composantes de la filière touristique. Dans un deuxième temps, une analyse économétrique est réalisée. Cette estimation, de type « gravitaire », s'appuie sur les données mensuelles d'arrivées touristiques en Polynésie française pour la période 2007-2016. Cette analyse permet de mettre en évidence qu'outre les éléments temporels (tendance et identifications des périodes saisonnières), trois variables semblent avoir un effet sur les arrivées touristiques : le niveau d'activité économique de la Polynésie française (capté à travers les déclarations de TVA des entreprises), le nombre d'avions arrivants en Polynésie française et le taux de change avec le dollar (représentant une forme de compétitivité-prix de la destination). D'après ces estimations, la croissance des arrivées touristiques sera fortement impactée par cette nouvelle capacité du transport aérien. En effet, toutes choses étant égales par ailleurs, en 2018, cette nouvelle concurrence dans l'aérien permettra d'accroître la croissance des arrivées touristiques. Cependant, malgré cette croissance additionnelle, il est fort probable que cela engendre une forte baisse du taux de remplissage des avions à destination de la Polynésie française et que s'ensuive le retrait du marché d'une voire deux compagnies. Enfin, il semble que les capacités d'hébergement à court-terme seront insuffisantes pour absorber ce surplus de croissance touristique. De cette manière, ce déséquilibre de marché risque d'engendrer une forte hausse des prix des séjours touristiques. En conclusion, afin d'éviter que ce contexte favorable n'engendre de nouvelles difficultés économiques (et surtout une détérioration de compétitivité de la destination), il est urgent et nécessaire de bien définir le « produit touristique » de la destination et d'adapter les capacités d'hébergement et plus généralement l'offre touristique de la destination.

Cet article est organisé de la manière suivante, en plus de cette présente introduction et d'une section de conclusion. La seconde section permet de comprendre le contexte pour la destination de Tahiti et ses îles dans lequel s'inscrit cette nouvelle concurrence dans l'aérien international. La troisième section est consacrée à une analyse théorique permettant de mieux cerner les changements que va engendrer cette nouvelle situation. L'étude économétrique permettant de mesurer l'impact potentiel de cette nouvelle concurrence est présentée dans la quatrième section.

Deux nouvelles compagnies et un produit touristique polynésien « mal défini »

La figure 1 permet d'illustrer l'évolution des arrivées touristiques en Polynésie française pour la période 2007-2017. On peut constater qu'après une période de net recul (2007-2010 ; recul de 30%), la croissance des arrivées touristiques fut relativement faible (3,7% par an) par la suite. Aujourd'hui, le niveau des fréquentations, certes en hausse, n'a toujours pas retrouvé son niveau de 2007. A titre de comparaison, au niveau mondial, à l'exception de l'année 2009, où les arrivées touristiques ont baissé d'environ 4,15%, le taux de croissance annuel moyen des arrivées touristiques est d'environ 5,15% pour la période 2007-2017 (sources : données UNWTO). Par conséquent, on voit bien que la mauvaise conjoncture internationale, suite à la crise des *subprimes*, ne peut que très partiellement expliquer les difficultés passées du tourisme en Polynésie française. Premièrement, le recul de destination polynésienne est antérieur au recul mondial, il fut plus long et plus intense. Deuxièmement, on peut constater que la croissance touristique en Polynésie française est très inférieure à celle de la moyenne mondiale (et encore plus de la moyenne de la zone « Pacifique » avec un taux de croissance annuel moyen d'environ 7%)

Figure 1: Evolution de la fréquentation touristique en Polynésie française (2007-2017)



Sources : ISPF (2017)

En réalité, cette baisse puis cette faible croissance de la fréquentation touristique en Polynésie française est le reflet d'un mauvais positionnement du produit touristique polynésien au niveau international. En effet, pour comprendre le marché du tourisme international, il faut se rapprocher d'un cadre théorique en économie dit de « concurrence monopolistique ». Ce type de cadre théorique a d'ailleurs servi de base aux travaux de commerce international de Krugman (1979, 1991), Helpman (1981) et Helpman et Krugman (1985) qui ont permis de poser un nouveau cadre théorique, dit « nouvelles théories du commerce international » qui ont totalement renouvelé le paradigme théorique dans ce domaine. Le tourisme peut s'appréhender aussi par ce cadre théorique qui est basé sur les hypothèses suivantes. Premièrement, chaque pays producteur (donc chaque destination dans notre cas) dispose d'économies d'échelles. Ce point signifie que les coûts marginaux de production sont décroissant en raison de la présence de coûts fixes importants. Dans le tourisme, le plus coûteux pour une destination est de développer les infrastructures pour accueillir les premiers touristes. Une fois que ce coût est engagé, le coût pour accueillir un touriste supplémentaire est infime au regard des précédents coûts (à condition que l'on reste dans la limite de la capacité d'accueil). Deuxièmement, chaque pays producteur, grâce à ses dotations factorielles en quantités relatives différentes, propose des produits qui se différencient soit par leurs variétés, soit par leurs niveaux de qualité. Là encore, cette hypothèse est parfaitement adaptable au tourisme car si on étend la notion de dotations factorielles aux dotations naturelles, historiques et culturelles, on peut comprendre que chaque destination a la capacité de se différencier des autres. Ce point est très important puisqu'il signifie que même s'il existe beaucoup de destination (donc une structure de l'offre concurrentielle), à

court-terme, chaque destination a la possibilité d'avoir une forme de pouvoir de monopole sur sa propre destination, à condition que celle-ci soit bien différenciée des autres. Troisièmement, on suppose dans ce cadre théorique que les goûts des consommateurs peuvent fortement différer. Dit autrement, « tous les goûts sont dans la nature », il y a donc une demande pour toute forme de destination touristique, ce qui favorise l'importance de la différenciation des produits.

Si on transpose ce cadre théorique de concurrence monopolistique au tourisme international, on peut comprendre que la Polynésie française a eu plusieurs difficultés. Premièrement, le choix de miser sur du tourisme de luxe, alors que le niveau de développement est relativement bas (par rapport au niveau de vie des touristes reçus) entraîne mécaniquement des coûts fixes élevés et de faibles gains sur les coûts marginaux (notamment si la destination reste « petite »). De plus, pour des raisons expliquées par Poirine (2011), durant l'après CEP, les fortes dotations financières de l'état français ont aggravé la hausse du coût de la vie (et surtout le décalage entre niveau de vie et niveau des prix). Deuxièmement, le produit touristique polynésien n'a pas été assez bien différencié de celui d'autres destinations (notamment les Seychelles ou les Maldives). Le bungalow sur pilotis au bord du lagon pour jeunes couples mariés ou jeunes retraités était proposé en effet dans d'autres destinations. Par conséquent, lorsqu'un produit devient substituable, le prix devient la variable stratégique dans le choix du touriste. Et en effet, la destination polynésienne souffre d'un manque de compétitivité-prix et cela pour plusieurs raisons : éloignement géographique, choix d'un tourisme de luxe, coût de la vie excessivement élevé au regard de la population résidente, politique protectionniste et insuffisance de politiques favorisant la concurrence sur les marchés (voir les travaux de Poirine, 2011 ; Montet et Venayre, 2013 ; et Gay, 2017). Ce rôle de la différenciation de la destination semble d'ailleurs avoir été mieux compris par les pouvoirs publics polynésiens en charge de la promotion de la destination. En effet, les dernières campagnes marketing de *Tahiti Tourisme* se basent sur « le mana » et l'authenticité polynésienne, ce qui est un réel argument de démarcation et de singularité par rapport aux autres destinations mondiales. Par conséquent, l'identité du produit touristique polynésien n'était plus pertinent étant donné le marché touristique international et son évolution de ces dernières années. Ce produit, vieillissant, s'est trouvé en concurrence face à de nouveaux produits identiques mais moins chers et ayant intégrés les nouveaux comportements des touristes.

Il n'existe que 7 lignes aériennes internationales à destination de Papeete. Quatre de ces lignes sont exploitées par une seule compagnie (Air Calin pour le trajet Nouméa-Papeete ; Hawaiian Airline pour Honolulu-Papeete ; LATAM pour la ligne Santiago-Papeete ; Air Tahiti Nui pour la ligne Tokyo-Papeete). Les lignes Auckland-Papeete, Paris-Los Angeles-Papeete, sont quant à elles en situation de duopole (Air New Zealand/Air Tahiti Nui pour la première et Air France/Air Tahiti Nui pour la seconde et troisième). Cette dernière ligne est celle sur laquelle cet article se focalise étant donné l'arrivée de nouvelles compagnies (French Bee et United Airlines). Le marché touristique polynésien dépend très fortement de cette ligne puisque les touristes venant d'Amérique du Nord ou d'Europe représentent plus de 72% des touristes internationaux (ISPF, 2017). Pour être plus précis, French Bee et United Airlines vont ouvrir une nouvelle ligne puisque ces compagnies feront le trajet via San Francisco (et pour French Bee, l'aéroport français sera celui d'Orly et non Charles De Gaulle). Mais, et nous y reviendrons, il ne s'agit là que d'éléments stratégiques et il n'est pas pertinent de penser que cette nouvelle ligne est différente de celle transitant par Los Angeles. En effet, la clientèle visée est globalement la même et ces quatre compagnies peuvent être considérées comme étant en concurrence sur la même ligne (Papeete-Californie-France) mais avec des stratégies différentes. Ces stratégies concernent des aspects tarifaires, de commercialisation mais aussi de parcours (ce qui est possible, étant donné la longueur du trajet).

Sur cette ligne aérienne, la compagnie actuellement en situation de domination est Air Tahiti Nui (ATN). Il s'agit d'une compagnie atypique car disposant d'une flotte de 5 appareils (Airbus A340-300), dont un n'est pas utilisé. De plus, sa flotte est en période de transition avec le remplacement de ses avions par quatre Boeing Dreamliner B787-9. Il s'agit d'une compagnie aérienne relativement récente (créé en 1998) et détenue en grande partie par les pouvoirs publics polynésiens (environ 85% du capital). Il aura fallu presque 15 ans à cette compagnie pour qu'elle trouve son équilibre financier. Ce point permet d'illustrer la fragilité relative de cette compagnie. Mais, pour limiter ce qu'on appelle en économie du tourisme, les risques de fuites économiques, le rôle de cette compagnie pour la destination est extrêmement important d'autant plus qu'elle doit promouvoir la destination à l'international. Comme l'expliquent Nowak et Sahli (2010), l'existence de fuites économiques, internes et externes, affaiblit la viabilité économique de l'industrie touristique de manière durable, surtout dans les pays les moins développés, en érodant les ressources attractives de la destination. De cette manière, ces fuites détériorent la base fiscale de l'Etat et mécaniquement les capacités d'auto-investissement en capital (infrastructure mais dont aussi capital

humain). Les fuites d'origine interne désignent - du point de vue du pays hôte - la perte visible dans les comptes du pays de devises ou de revenus due à l'activité touristique. Les importations de biens et de services nécessaires à l'activité touristique expliquent en partie ces fuites. Selon la Banque mondiale (2000), environ 55 % des recettes touristiques perçues par les pays en développement sont détournées vers l'extérieur. La promotion, le marketing et la commercialisation des séjours donnent souvent lieu à une importation de services. Les fuites d'origine externe désignent, quant à elles, les pertes potentielles de devises ou de revenus qui se produisent à l'extérieur de l'espace économique du pays hôte. Ces fuites sont donc un manque à gagner ne pouvant pas être comptabilisé dans la balance des paiements et n'apparaissant pas dans les comptes nationaux. Les pays les moins développés n'ont par exemple pratiquement aucune maîtrise sur la commercialisation de leurs produits touristiques dans les pays d'où viennent les touristes et sur le transport international des visiteurs. Selon Sinclair (1991), les dépenses d'un touriste sont très différemment captées par l'économie de la destination selon si le touriste utilise ou non la compagnie nationale de la destination (pour ses vols intérieurs et internationaux).

La compagnie ATN a une capacité de 294 places par vol et effectue entre 5 à 7 vols par semaine sur la ligne Tahiti – Los Angeles – Paris. La compagnie Air France, est présente sur cette ligne depuis presque 60 ans. Elle utilise un Boeing 777-200 d'une capacité de 309 places. Elle fut la première compagnie à revoir son modèle de vol en restaurant notamment la classe « Premium » (intermédiaire entre la classe business et la classe économique). Au total, selon mes estimations, les capacités d'offre, en termes de sièges disponibles, étaient environ de 140 000 places avant la modification de la concurrence.

La compagnie French Bee, est une très jeune compagnie de type « low cost ». Fondée en 2016 par le groupe Dubreil (aussi propriétaire de la société Air Caraïbe), elle est composée actuellement d'une flotte de 3 appareils et ne dessert que 4 destinations. Cette compagnie est la première à effectuer un trajet aussi long avec une stratégie de type « low cost ». Cette stratégie conduit la compagnie à optimiser la gestion des coûts, à tous niveaux. Par exemple, les bagages et les repas sont des options vendues séparément des billets d'avion. Le choix de l'aéroport d'Orly et le transit via l'aéroport de San Francisco illustre cette volonté de diminuer les coûts d'exploitation (en plus d'une logique de connectivité avec d'autres compagnies low-costs, plus nombreuses dans ces aéroports qu'à Los Angeles et surtout Charles De Gaulle). Mais l'élément le plus intéressant pour la destination de la Polynésie française est la stratégie de commercialisation qui consiste à vendre un maximum de billets à partir leur plateforme web de réservation, et donc de vendre ses billets directement aux touristes, sans passer par un intermédiaire (agence de voyage ou tour-opérateur). Au niveau mondial, on peut constater une forte tendance à ce que le touriste compose lui-même les éléments de son séjour touristique. Cette tendance n'avait, jusque-là, concerné la destination polynésienne que de façon marginale, étant donné l'éloignement et l'isolement de la destination mais aussi la clientèle (retraités ou jeunes mariés). Par conséquent, il est fort possible que l'arrivée de cette nouvelle compagnie soit accompagnée d'une nouvelle forme de clientèle touristique, de plus en plus importante, ayant tendance à organiser son voyage soi-même. Les vols organisés par French Bee seront réalisés avec un Airbus A350-900 configuré pour proposer 411 sièges au total. Il est prévu que 2 vols par semaine soit assuré, avec l'ajout d'un troisième durant les 20 semaines de la haute saison (mi-juin à fin octobre). En plus de cette compagnie, il faut ajouter à cette nouvelle concurrence l'arrivée de la compagnie United Airlines. En réalité, cette compagnie concurrence surtout le tronçon San Francisco – Papeete car aucun avion ne propose un direct Paris-Papeete avec juste une escale technique à San Francisco (il faut faire alors une escale plus longue). Mais cette compagnie est surtout intéressée par la clientèle américaine et son potentiel de connectivité aérienne (surtout à San Francisco). De plus, son réseau commercial nous incite à considérer que le degré concurrentiel en général sur cette ligne est accru. United Airlines opère 3 vols par semaine avec un Boeing B787-8 d'une capacité de 219 places.

Les premiers vols de French Bee et United Airlines ont eu lieu respectivement le 12 mai 2018 et le 30 octobre 2018. A l'heure actuelle, il ne s'est pas encore écoulée une année entière avec ce nouveau contexte concurrentiel. Cette présente étude se propose de faire une estimation pour les années 2018 et 2019. Mais il sera surtout intéressant dans les faits de comparer les années 2017 et 2019, puisque l'année 2018 est une année de transition. Cependant, potentiellement, on peut estimer que l'offre de billet de siège va augmenter de plus de 85 000 sièges, soit plus de 60% par rapport à la situation antérieure. Ce « choc » par l'offre va mécaniquement avoir des impacts importants pour toute la filière touristique polynésienne.

Impacts pour la filière touristique d'un « choc » de l'offre dans l'aérien international

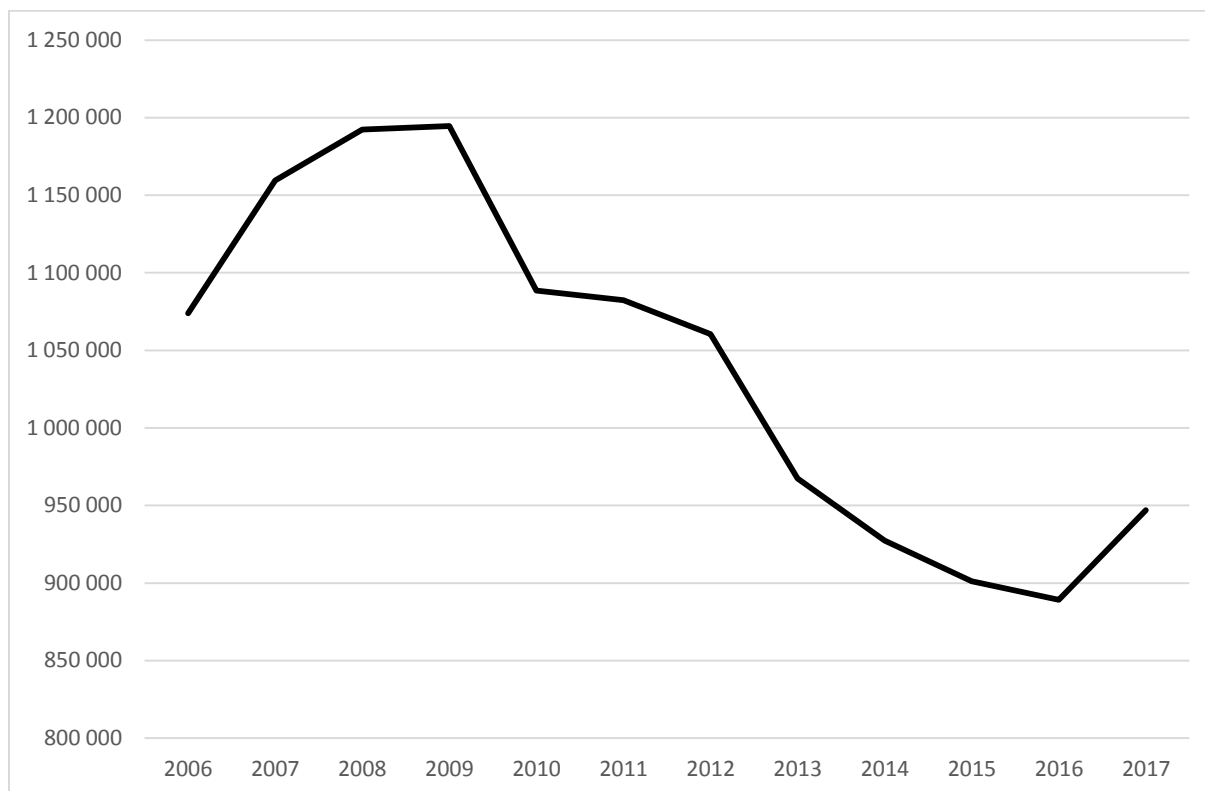
Pour le secteur du transport aérien international, le premier effet évident auquel on peut s'attendre (et que l'on constate déjà par ailleurs) est une baisse généralisée des prix des billets d'avion sur cette ligne. En réalité, deux mécanismes permettent de comprendre cette baisse des prix. Premièrement, le degré concurrentiel s'accroît fortement puisqu'on passe d'une situation de duopole où les mécanismes de fixation des prix sont proches à ceux des cas de monopole (même si la stratégie tarifaire pour optimiser les profits est assez complexe) à une situation de marché concurrentiel. En situation de concurrence, on dit que les firmes sont « price taker », dans le sens où les forces de marché (l'offre et la demande) déterminent le prix de marché. Dans ce cas, les entreprises proposent un prix au coût marginal (seuil de rentabilité). Si elle propose un prix plus bas, elle vend à perte. Si elle propose un prix plus élevé, alors la demande risque de se reporter intégralement vers les autres offreurs. Par conséquent, en passant de 2 à 4 compagnies, mécaniquement, ces compagnies sont incitées à baisser les prix au maximum, jusqu'à une certaine limite, pour ne pas risquer de perdre ses parts de marché. Deuxièmement, puisque l'offre augmente (de 60%), alors on dit en économie que cette offre augmente pour tout niveau de prix provoquant une baisse des prix généralisée sur ce marché. Il y a donc un deuxième mécanisme qui s'ajoute, plus classique en économie de marché, correspondant à un changement dans la loi de l'offre. Mais, puisque les prix diminuent suite à ce mouvement de l'offre, on aura aussi une hausse des quantités demandées (des consommateurs qui estimaient le précédent prix trop élevé peuvent être désormais tentés d'entrer sur ce marché). Potentiellement, puisque la demande sur ce type de marché est souvent qualifiée d'élastique, c'est-à-dire très réactives aux modifications des prix (voir par exemple l'étude récente réalisée par Koo et al., 2017), alors on peut s'attendre à une forte hausse des quantités demandées, provoquant d'importants changements pour les autres acteurs de la filière touristique.

Selon Sinclair et Stabler (1997, page 58), le produit touristique est un « produit composite qui fait intervenir les services de transports, les services d'hébergements, les services de locations, les ressources naturelles, les services récréatifs et d'autres services et aménagements comme les commerces et les banques, les agences de voyages et les tour-opérateurs ». De même, dans les définitions des comptes satellites du tourisme (OCDE/Eurostat/Nations Unies/OMT, 2001), 12 secteurs sont inclus dans les activités caractéristiques du tourisme : (1) hôtels et établissements assimilés, (2) propriétés de résidences secondaires, (3) restaurants et établissements assimilés, (4) transports ferroviaires de voyageurs, (5) transports routiers de voyageurs, (6) transports de voyageurs par voie d'eau, (7) transports aériens de voyageurs, (8) services annexes de transports de voyageurs, (9) location de matériel de transports de voyageurs, (10) agences de voyages et activités similaires, (11) services culturels, (12) services sportifs et autres services récréatifs. Donc le tourisme n'est pas un produit unique mais une combinaison d'activités et de services. Comme l'explique Petit (2010), toutes ces composantes sont séparées technologiquement et sont indépendantes mais séquentiellement reliées par une chaîne de valeurs ajoutées avec, comme produit final, le produit touristique lui-même. Il est important de comprendre que lorsqu'un individu achète un séjour touristique à un tour-opérateur, ce dernier a dû acheter en amont une combinaison de produits de voyages, comprenant au moins un des services touristiques mentionnés précédemment. De plus, même si le touriste compose le séjour lui-même, une activité d'assemblage est toujours nécessaire (dans ce cas, c'est le touriste lui-même qui la réalise). Il achète alors des segments à d'autres secteurs qui les produisent. De cette manière, on comprend bien qu'un choc si important sur l'offre dans le transport aérien international (+60% sur la ligne représentant plus de 70% de la clientèle internationale) va mécaniquement provoquer d'importants changements pour d'autres marchés.

Le premier marché concerné est celui de l'hébergement. Pour l'ensemble de la destination polynésienne, il existe 42 hôtels et 121 pensions de familles et hébergements de petite hôtellerie familiale, ce qui se traduit par une capacité journalière d'environ 4000 chambres. Le taux moyen de remplissage dans l'hôtellerie est d'environ 67% (ISPF, 2017) mais il peut varier très fortement. Par exemple, à Bora Bora, au mois d'Août, ce taux est supérieur à 80%, ce qui est considéré comme étant le seuil de saturation. La forte baisse des arrivées touristiques avait provoqué une forte baisse des capacités d'hébergement comme l'indique la figure 2 qui s'est traduite par des fermetures d'établissements hôteliers (les Club Med, le Sofitel de Faa'a, le Sofitel de Huahine, le Manihi Pearl Beach Resort, le Hilton Tahiti, le Hawaiki Nui de Raiatea, etc.). A ce jour, il existe quelques projets permettant d'envisager à termes une hausse des capacités d'hébergement (la rénovation du Sofitel de Faa'a et le projet du « Village Tahitien »). Mais ce sont des projets et leurs confirmations tardent. Par conséquent, on peut s'attendre à ce que cette hausse des quantités demandées de séjours touristiques en Polynésie française engendre une forte hausse des prix dans l'hôtellerie. L'offre d'hébergement est par nature inélastique car il faut tout simplement du temps pour construire ou agrandir des hôtels. Même si on peut espérer quelques marges de manœuvre pour

agrandir l'offre en hébergement touristique (pensions de familles, locations saisonnières, locations chez les particuliers, etc.), elles seront très insuffisantes pour régler ce choc d'offre.

Figure 2: Nombres de chambres offertes dans l'hôtellerie internationale en Polynésie française, par an



Le second marché qui va être impacté immédiatement sera celui de l'aérien intérieur. Sur ce marché, il n'y a qu'un seul opérateur (Air Tahiti) et là aussi, le taux de remplissage est déjà élevé (73%). Si l'offre ne s'étend pas dans ce domaine, il est possible de s'attendre à une autre hausse des prix (déjà élevés étant donné que ce marché est sous forme de monopole). Une autre compagnie (Island Airlines) vient récemment d'obtenir sa licence d'exploitation. La société Air Tahiti doit par son système de péréquation, assurer les liaisons inter-îles en Polynésie française, via une forme de délégation de service public. Dit autrement, cette compagnie assure les liaisons aériennes vers les îles, quelle que soit la rentabilité des lignes en question. Par conséquent, Air Tahiti applique des tarifs élevés sur les lignes disposant d'une forte demande (Tahiti – Bora Bora, par exemple) afin de compenser les déficits d'autres lignes. La stratégie aérienne est globale et assez peu segmentée par ligne. Ce schéma économique est logique étant donné la configuration géographique de la Polynésie française et la volonté de « continuité territoriale » des pouvoirs publics. Mais il suppose une structure monopolistique pouvant gérer cette péréquation. Or, nous allons passer à une structure de duopole, suite à l'annonce de l'octroi (après intervention du tribunal administratif) de cette nouvelle licence d'exploitation, ce qui remet en question ce schéma. L'arrivée d'un nouveau concurrent, exclusivement sur les lignes rentables (car il ne « souffre » pas de cette obligation de desservir les lignes non rentables), va obliger Air Tahiti à baisser ses prix à son tour sur ces mêmes lignes afin de ne pas perdre trop de parts de marché. Cette compagnie historique ne connaît pas vraiment la concurrence, ce qui va drastiquement changer ses choix stratégiques. De plus, mécaniquement, elle perdra des marges de manœuvre financières pour faire face aux pertes sur les autres lignes (là où il n'y a pas de concurrence). L'urgence est donc à une réforme politique clarifiant le fonctionnement de ce marché, ce qui est risqué étant donné le choc sur l'offre dans l'aérien international, pouvant très bien s'atténuer sur le long terme.

D'une manière générale, étant donné le nombre d'activités dans la filière touristique mais aussi le fait que cette filière consomme beaucoup de biens et services intermédiaires, il est possible de s'attendre à une hausse généralisée des prix si l'offre dans ces autres composantes ne s'adapte pas rapidement en conséquence (ce qui, encore une fois, n'est pas évident pour l'hébergement, principale composante d'un séjour touristique). Mais, encore faut-il que cette nouvelle situation dans le marché aérien international se pérennise, ce qui n'est pas certain. En effet, nous sommes au début d'une phase de pénétration de marché pour French Bee et United Airlines. Leur intérêt est de proposer des prix assez bas pour pouvoir s'assurer une part de marché suffisamment rentable. Mais en passant de 2 à 4 compagnies et en augmentant de 60% les capacités en termes de places disponibles, il n'est pas évident que la demande suive assez bien pour que les 4 compagnies remplissent leurs vols de manière optimale. Il ne faut pas oublier que French Bee dispose d'un avion contenant 411 places (soit beaucoup plus que les autres compagnies) et que sa logique de compagnie « low-cost » l'oblige à maximiser son remplissage. De plus, comme il a été signalé plus haut, la compagnie ATN a eu des difficultés dans le passé pour être rentable, ce qui illustre bien la difficulté de cette ligne (étant donné la longueur du trajet).

Prévisions de cette nouvelle concurrence pour la destination

Dans cette section, je propose de réaliser des prévisions fictives des arrivées touristiques selon la configuration sur le marché dans l'aérien international (2 ou 4 compagnies) pour les années 2018 et 2019. Ces prévisions se basent selon les estimations économétriques basées sur le modèle suivant :

$$Arrival_t = f(Arrival_{t-1}; vat_t; plane_t; dollars_t; D1; D2; D3; D4)$$

Avec:

$Arrival_{j,t}$: nombre d'arrivées de touristes internationaux

vat_t : indicateur d'activité économique (TVA collectée)

$plane_t$: nombre d'arrivées d'avion internationaux

$dollars_t$: taux de change avec le dollar américain

$D1; D2; D3; D4$: variables indicatrices selon la période de l'année (1 : Janvier et Février ; 2: Mars à Juin ; 3 : Août à Octobre ; 4: Novembre et Décembre)

Les données utilisées proviennent de l'ISPF et se basent sur la période Janvier 2007 à Décembre 2016 (fréquence mensuelle). La base de données contient 119 observations.

Le modèle estimé signifie que l'on explique les arrivées touristiques selon 5 éléments. Premièrement, la variable retardée des arrivées touristiques permet de capter un effet de tendance moyenne. Deuxièmement, la variable d'activité économique signifie qu'on suppose que les arrivées touristiques dépendent de la croissance économique de la Polynésie française. Cette hypothèse rejoint les résultats trouvés par Cortès-Jimenez et al. (2011) sur la Tunisie, à savoir que plus la croissance économique dans la destination, plus la destination est attractive en termes de capitaux et d'investissements étrangers, ce qui favorise le tourisme (première activité économique de la destination). La troisième variable, le nombre d'arrivées d'avion internationaux, permettra justement de simuler les prévisions. La quatrième variable permet d'estimer l'effet de la compétitivité-prix de la destination sur le nombre d'arrivées de touristes internationaux. Enfin, comme les données utilisées sont mensuelles, des variables indicatrices (prenant deux variables : 1 si c'est vrai, 0 sinon) sont utilisées pour tenir compte des effets de saisonnalité. Le mois de référence choisis en juillet. Dans ce cas, les coefficients que l'on obtient sont des coefficients indiquant le différentiel entre juillet et la période en particulier. Les choix de regroupements entre les mois sont le résultat d'estimations préliminaires.

La spécification choisie, comme traditionnellement avec ce genre de modèle, est de type log-log (ou log-linéaire). Généralement, et c'est le cas ici, ce genre de modèle peut souffrir d'hétéroscédasticité, signifiant que la variance du résidu de l'estimation (l'écart entre la valeur observée de la variable explicative et la valeur prévue par le modèle) n'est pas constante. Dans ce cas, les techniques traditionnelles en économétrie (notamment les moindres carrés ordinaires, MCO) conduisent à des estimations contenant des tests et des intervalles de confiance faux. Par conséquent, nous procédons à 2 estimations avec des techniques différentes afin de s'assurer de la robustesse des résultats. La première méthode consiste à utiliser les moindres carrés généralisés

(MCG) en intégrant une matrice de variance-covariance robuste dit à la Eicker-White (Eicker, 1963; White, 1980), de cette manière, nous réduisons le risque de se tromper dans les tests statistiques. La deuxième méthode consiste à appliquer un estimateur de pseudo maximum de vraisemblance de Poisson comme recommandé par Santos Silva et Tenreiro (2006). Ces deux auteurs ont recommandé d'utiliser ce type de régression plutôt que des spécifications log-linéaires avec l'estimateur des MCO, qui « compriment » l'hétéroscédasticité mais ne la corrigent pas. De plus, ils utilisent un argument basé sur l'inégalité de Jensen (signifiant que la valeur prévue du logarithme d'une variable aléatoire est différente du logarithme de la valeur prévue de cette variable). En ne tenant pas compte de cette inégalité et en cas d'hétéroscédasticité, les auteurs indiquent qu'on se trompe dans la réelle estimation des élasticités fournies par un modèle log-linéaire. Avec une régression de Poisson, l'inégalité de Jensen n'intervient pas dans le calcul de l'estimateur.

Le tableau 1 contient les résultats des estimations. Les colonnes (1) et (2) contiennent respectivement les résultats avec les MCG et l'estimateur de Poisson.

Tableau 1 : Résultats des estimations économétriques

Variables	(1)	(2)
Constante	-2.230756 (0.84)	-2.344658 (1.00)
Tendance ($Arrival_{t-1}$)	0.3466485*** (4.77)	0.338835*** (5.35)
Activité économique (vat_t)	0.2650641** (2.30)	0.2660735*** (2.64)
Nombre d'avions ($plane_t$)	0.31402487*** (3.70)	0.336303*** (4.74)
Taux de change ($dollars_t$)	0.1502851* (1.82)	0.1461427** (2.05)
Janvier-Février ($D1$)	-0.2402862*** (5.53)	-0.2303855*** (5.93)
Mars-Juin ($D2$)	-0.105142*** (5.26)	-0.0963051*** (5.72)
Août-Octobre ($D3$)	-0.0871141*** (3.36)	-0.0817381*** (3.58)
Novembre-Décembre ($D4$)	-0.1829174*** (5.90)	-0.1773682*** (6.68)
N	119	119
R ²	0.7766	0.8040
Maximum de vraisemblance	-	-5937.5016

Notes : - les éléments entre parenthèses sont les statistiques de Students associés au coefficient estimé
 - ***, **, * signifient que les coefficients estimés sont significatifs aux seuils statistiques respectifs de 1%, 5% et 10%

Les résultats obtenus entre les deux méthodes sont très proches, ce qui permet de valider la robustesse des conclusions. Toutes les variables ont des coefficients estimés significativement différents de 0 et les signes de ces coefficients sont cohérents. On peut constater une tendance positive et des effets de saisonnalité. La fréquentation touristique est clairement moins importante pour les mois de Novembre à Février. Une amélioration du taux de change de 1% conduit à une croissance des fréquentations touristiques d'environ 0,15% et une amélioration de la croissance économique engendre une hausse de plus de 0,26% des fréquentations touristiques, toutes autres choses étant égales par ailleurs. La variable qui nous intéresse, le nombre d'avion, est significative au seuil de confiance de 1%, ce qui permet de s'appuyer sur cette variable pour réaliser des prévisions.

A l'aide de ces résultats, des simulations de prévisions de fréquentation touristiques sont réalisées pour les années 2017 à 2019 (soit des prévisions sur 36 mois). Ces simulations sont basées sur les hypothèses suivantes : (i) on suppose une croissance de la TVA collectée de 2% par an (la croissance économique de la Polynésie française fut de 2% environ en 2017) ; (ii) on suppose un taux de change fixe de 1\$ pour 100 francs pacifiques durant la période ; (iii) on suppose un nombre d'avion selon deux scénarios. Le premier scénario

suppose une situation de l'offre identique (même nombre d'avions en 2016, 2017, 2018, 2019). Le second scénario suppose une situation d'offre identique en 2017 puis un nombre de vol additionnel de 125 en 2018 et de 295 en 2019 (chiffres basés sur les dates d'arrivées de French Bee et United Airlines et le nombre de vols prévus selon les informations citées quelques pages plus haut). Les prévisions obtenues sont présentées dans le tableau 2.

Tableau 2 : Simulations des prévisions selon le nombre d'avions

Scénario 1				
Date	2016	2017	2018	2019
Nombre d'arrivées touristiques	192495	202970	221083	222887
Taux de croissance		5,44%	8,92%	0,82%
Scénario 2				
Nombre d'arrivées touristiques	192495	202969,678	227271,663	250850,9043
Taux de croissance		5,44%	11,97%	10,37%

Quelques remarques préliminaires sont nécessaires pour comprendre l'intérêt et la fiabilité de ces prévisions. Premièrement, les deux scénarios ne divergent que pour les années 2018 et 2019, car les compagnies French Bee et United Airlines ont démarré leurs vols en 2018. Deuxièmement, on peut constater que le modèle économétrique a une tendance à surestimer la croissance touristique. En effet, dans la réalité, la croissance touristique en 2017 a été environ de 3,4% contre 5,4% selon le modèle. Il faut donc tenir compte dans l'interprétation des résultats pour 2018 et 2019 de cette tendance à surestimer les arrivées touristiques. Par conséquent, on comprend bien l'écart important pour l'année 2018 entre les prévisions (plus de 220000) et la réalité (environ 210000). Ce qui est important est surtout la différence de prévision entre les deux scénarios. On peut constater qu'en 2018, la nouvelle situation de l'offre permet d'envisager une croissance touristique additionnelle d'environ 3%. Si cet effet n'est pas négligeable, il est beaucoup plus important pour l'année 2019. Ces résultats permettent d'illustrer un point. La croissance touristique en Polynésie française est sur une tendance relativement élevée actuellement. La structure de l'offre dans l'aérien va permettre de soutenir cette croissance pour les années qui viennent. Par conséquent, l'arrivée des compagnies French Bee et United Airlines doit surtout être vue comme un élément reflétant cette croissance touristique. C'est parce que ces compagnies ont compris la tendance actuelle pour cette destination qu'elle se sont engagées sur cette ligne. Et grâce à cette nouvelle situation, la croissance touristique va continuer sur une tendance élevée (ce qui n'aurait pas été le cas à termes si la situation de duopole était maintenue).

Pour terminer, si on fait le calcul à partir de l'année 2019, on peut espérer, dans le cas le plus optimiste une arrivée additionnelle de touristes de 25 000 environ. On est très loin des 85 000 places disponibles en plus. Par conséquent, même si les résidents voyagent plus (on peut espérer une croissance de 12% à 17% si on base sur les premiers chiffres constatés de ce côté, donc une hausse de 50 000 départs supplémentaires dans une perspective très optimiste), il reste que ça ne sera pas suffisant. Par conséquent, le taux de remplissage des 4 compagnies sera beaucoup plus faible que durant la période du duopole ATN/Air France, ce qui illustre que la situation de l'offre n'est pas stabilisée.

Conclusion

Cet article a pour objectif de mesurer les conséquences pour la destination de la Polynésie française de la nouvelle concurrence dans l'aérien internationale sur la ligne Tahiti-Californie-France. Pour cela, une analyse théorique a été menée. Elle repose sur un cadre théorique de concurrence monopolistique et prend en compte le fait que le tourisme est une combinaison de plusieurs composantes. Par conséquent, le gain de compétitivité prix

de la destination grâce à la baisse des prix dans l'aérien international peut être contrebalancé par une hausse des prix dans l'hébergement et d'autres activités touristiques. Si les décideurs publics et les professionnels du tourisme peuvent se réjouir de cette nouvelle situation de concurrence dans l'aérien international, il faut prendre en considération les potentiels dégâts qu'elle peut engendrer. Premièrement, sans changement dans les capacités d'hébergement, il est possible de s'attendre à une prochaine hausse des prix dans ce domaine mais aussi dans l'aérien interne. Deuxièmement, étant donné les besoins en importations de la filière touristique et l'important déficit commercial extérieur de la Polynésie française, il existe un risque non négligeable d'inflation alors que les prix sont déjà élevés. Troisièmement, la situation actuelle avec 4 compagnies aériennes n'est pas pérenne. Cette nouvelle concurrence va se traduire par une baisse des prix mais aussi par une baisse des taux de remplissage, pouvant conduire à d'importantes difficultés financières pour ces compagnies.

Ce travail amène aux recommandations de politiques économiques suivantes. Pour commencer, il est urgent d'adapter l'offre d'hébergement et de l'aérien intérieur afin d'éviter le risque d'une hausse des prix dans ces domaines pouvant neutraliser l'effet bénéfique de cette nouvelle concurrence dans l'aérien international sur la compétitivité prix de la destination. Ensuite, il est important de veiller à ce que les conséquences sur la demande additionnelle que va amener ce surplus d'activité touristique n'engendre pas de forte inflation. Enfin, il est nécessaire de ne pas « fausser » cette concurrence dans l'aérien international comme l'ont fait remarquer Petit et Venayre (2018) par exemple avec l'avis rendu par l'Autorité Polynésienne de la Concurrence (APC). Le risque serait d'affaiblir cette reprise fragile de la croissance touristique.

Cette nouvelle période positive pour le tourisme de Tahiti et ses îles ne doit pas nous faire oublier les difficultés d'hier. Il est important de se servir de ces leçons du passé.

Bibliographie

Banque Mondiale (2010), «Caribbean Economic Review», Washington, Caribbean Group for Cooperation in the Caribbean.

Cortés Jimenez, I., Nowak, J-J. et Salhi, M. (2011), « Mass Beach Tourism and Economic Growth: Lessons from Tunisia », *Tourism Economics*, 17(3), 531-547.

Eicker, F. (1963), «Asymptotic Normality and Consistency of the Least Squares Estimators for Families of Linear Regressions» , *The Annals of Mathematical Statistics*, 34(2), 447-456

Eurostat / Organization for Economic Cooperation and Development /World Tourism Organization / United Nations (2001). *Tourism satellite account: recommended methodological framework*. Luxembourg, Paris, Madrid, New York.

Gay, J.F. (2018), *Protectionnisme, concurrence, gouvernance et institutions en Polynésie française*, thèse de doctorat en sciences économiques, Université de la Polynésie française, Tahiti.

Helpman E. (1981), «International Trade in the Presence of Product Differentiation, Economies, of Scale and Monopolistic Competition: A Chamberlinian-Heckscher-Ohlin Approach», *Journal of International Economics*, 11(3), 305-340.

Helpman E. et Krugman P.R. (1985), *Market Structure and Foreign Trade*, MIT Press, Cambridge.

Institut de la Statistique de la Polynésie Française, ISPF (2017), *Tableau de bord du tourisme, année 2017*, Papeete.

Kooa, T.R.T, Lim, C et Dobruszkes, F. (2018), « Causality in direct air services and tourism demand », *Annals of Tourism Research*, 67, 67-77.

Krugman P.R. (1979), «Increasing Returns, monopolistic competition and international trade», *Journal of International Economics*, 9(4), 469-479.

Krugman P.R. (1991), «Increasing Returns and Economic Geography», *Journal of Political Economy*, 99(3), 483-99

Montet, C. et Venayre, F (2013), *La concurrence à Tahiti, une utopie ?*, éditions Au vent des îles.

Nowak, J-J. et Salhi, M. (2010), « Le tourisme, un danger pour les pays en voie de développement ? », *Secteur Privé et Développement*, n°7, 11-13

Petit, S. (2010), *Une analyse du tourisme international : fragmentation de la production, flux croisés, effets redistributifs*. Thèse de doctorat en sciences économiques, Université Lille 1. Villeneuve d'Ascq.

Petit, S. et Venayre, F. (2018), « L'ouverture du marché polynésien du transport aérien international menacée par la communication de l'Autorité de la concurrence », *Revue juridique, politique et économique de Nouvelle-Calédonie*, n°32, 64-75.

Poirine, B. (2011), *Tahiti : une économie sous serre*, éditions l'Harmattan.

Santos Silva, J. et Tenreyro S. (2006), «The log of gravity», *The Review of Economics and Statistics*, 88(4), 641-658.

Sinclair, T.S. (1991), «The tourism industry and foreign exchange leakages in a developing country: the distribution of earnings from safari and beach tourism in Kenya», dans Sinclair, T.S et Stabler, M.J (1991), *The tourism industry: an international analysis*, 185-204, CAB International.

Sinclair, T.S et Stabler, M.J (1991), *The tourism industry: an international analysis*, CAB International.

White H. (1980), «A Heteroskedasticity-Consistent Covariance Matrix Estimator and a Direct Test for Heteroskedasticity», *Econometrica*, 48(4), 817-838.