

**Décision n° 22-DCC-111 du 24 juin 2022
relative à la prise de contrôle exclusif du groupe Blue Green par le
groupe Duval**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 19 mai 2022, relatif à la prise de contrôle exclusif de la société Blue Green European Holdings par la société Groupe Duval, formalisée par un contrat de cession d'actions du 3 février 2022 ;

Vu le livre IV du code de commerce relatif à la liberté des prix et de la concurrence, et notamment ses articles L. 430-1 à L. 430-7 ;

Vu les éléments complémentaires transmis par la partie notifiante au cours de l'instruction ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Adopte la décision suivante :

Résumé¹

Aux termes de la présente décision, l'Autorité a procédé à l'examen de la prise de contrôle exclusif de la société Blue Green European Holdings (ci-après, « Blue Green ») par la société Groupe Duval.

La société Groupe Duval exploite 49 parcours de golf en France par l'intermédiaire de sa filiale Ugolf. Blue Green exploite quant à elle 46 parcours de golf en France.

Compte tenu de l'activité des parties, l'examen de l'Autorité a porté sur les marchés de l'exploitation, d'une part, des parcours de golf, et, d'autre part, des plateformes de réservation des parcours de golf en ligne, qui sont analysés ici pour la première fois.

S'agissant du marché de l'exploitation des parcours de golf, l'instruction a pu mettre en évidence, tant du point de vue de l'offre que de la demande, un marché de l'exploitation des parcours de golf avec une distinction possible entre les golfs de 9 trous et ceux de 18 trous, ouverts à tout golfeur - dès lors que ce dernier s'acquitte d'un droit d'entrée ou green fee, sans distinguer selon le type d'opérateur exploitant le parcours de golf. Pour ce qui concerne la dimension géographique du marché, l'instruction a conduit à retenir des zones isochrones de 45 minutes en voiture autour des terrains de golf de la cible. Une analyse concurrentielle a été menée sur les 15 zones sur lesquelles un chevauchement d'activité entre les parties était observé. Pour 11 d'entre elles, l'Autorité a considéré que le chevauchement d'activité n'était pas susceptible de poser un problème de concurrence dans la mesure où la part de marché de la nouvelle entité en nombre de parcours de golf est inférieure ou égale à 50 % et que la nouvelle entité sera confrontée à la concurrence d'au moins trois parcours de golf exploités par des concurrents. Pour les 4 zones restantes, une analyse qualitative a été menée et a permis d'écarter tout risque d'atteinte à la concurrence, compte tenu de différents facteurs tels que l'encadrement tarifaire de parcours de golf des parties en raison de l'exploitation du parcours de golf dans le cadre d'une convention publique, ou la persistance d'une offre diversifiée, ou encore la présence de parcours de golf de 9 trous.

S'agissant du marché de l'exploitation des plateformes de réservation des parcours de golf en ligne, l'instruction a pu mettre en évidence un marché de l'exploitation des plateformes de réservation de golf en ligne de dimension au moins nationale. Compte tenu de la part de marché de la partie notificante sur ce marché (inférieure à 25 %), l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux. De même, avec une part de marché nationale cumulée de l'ordre de 20 % sur le marché de l'exploitation des golfs en France en nombre de golfs exploités, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux.

L'Autorité a donc autorisé l'opération.

¹ Ce résumé a un caractère strictement informatif. Seuls font foi les motifs de la décision numérotés ci-après.

SOMMAIRE

I.	LES ENTREPRISES CONCERNÉES ET L'OPÉRATION.....	4
II.	DÉLIMITATION DES MARCHÉS PERTINENTS.....	4
A.	LE MARCHÉ DE L'EXPLOITATION DE PARCOURS DE GOLF	5
1.	LE MARCHÉ DE PRODUIT	5
2.	LE MARCHÉ GÉOGRAPHIQUE	7
B.	LE MARCHÉ DE L'EXPLOITATION DES PLATEFORMES DE RÉSERVATION DE GOLF EN LIGNE	7
1.	LE MARCHÉ DE PRODUIT	7
2.	LE MARCHÉ GÉOGRAPHIQUE	8
III.	ANALYSE CONCURRENTIELLE.....	9
A.	LE MARCHÉ DE L'EXPLOITATION DE PARCOURS DE GOLF	9
B.	LE MARCHÉ DE L'EXPLOITATION DES PLATEFORMES DE RÉSERVATION DE PARCOURS DE GOLF EN LIGNE.....	12

I. Les entreprises concernées et l'opération

1. La société Groupe Duval (ci-après, « Groupe Duval » ou « l'acquéreur »), société holding familiale des conjoints Duval, est active, via sa filiale Ugolf, société par actions simplifiée qu'elle contrôle exclusivement, dans le secteur de la gestion et de l'exploitation de parcours de golfs. Ugolf exploite 49 parcours de golf² en France ainsi qu'une plateforme de réservation en ligne de parcours de golf « leclub-golf »³.
2. La société Blue Green European Holdings (ci-après, « Blue Green » ou « la cible ») est une société par actions simplifiée à associé unique, holding de tête d'un groupe de sociétés qui exploitent 46 parcours de golf⁴ en France et une plateforme de réservation en ligne de parcours de golf « bookandgolf ». Blue Green est exclusivement contrôlée par la société par actions simplifiée Saur.
3. L'opération consiste en l'acquisition par Groupe Duval de 100 % du capital et des droits de vote de la cible.
4. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif de la cible par Groupe Duval, l'opération notifiée constitue une opération de concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
5. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaires total sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (Groupe Duval : [\geq 150 millions] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2021 ; Blue Green : [\leq 150 millions] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2021). Chacune de ces entreprises réalise en France un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (Groupe Duval : [\geq 50 millions] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2021 ; Blue Green : [\geq 50 millions] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2021). Compte tenu de ces chiffres d'affaires, l'opération ne revêt pas une dimension européenne. En revanche, les seuils de contrôle mentionnés au I de l'article L. 430-2 du code de commerce sont franchis. La présente opération est donc soumise aux dispositions des articles L. 430-3 et suivants du code de commerce, relatives à la concentration économique.

II. Délimitation des marchés pertinents

6. Ugolf et Blue Green sont principalement actives sur les marchés de l'exploitation de parcours de golfs et de plateformes de réservation de parcours de golf en ligne⁵.

² Soit 38 parcours de golf de 18 trous (77,5 %) et 11 parcours de golf de 9 trous (22,5 %).

³ Ugolf effectue également, de manière marginale, des prestations de conseil en gestion à [confidentiel] golfs indépendants affiliés au réseau Ugolf. Cette activité a représenté, en 2021, moins de [confidentiel] euros de chiffre d'affaires.

⁴ Soit 39 parcours de golf de 18 trous (84,8 %) et 7 parcours de golf de 9 trous (15,2 %).

⁵ Les parties offrent également, à titre accessoire, des prestations de restauration commerciale et de distribution au détail d'articles de golf puisqu'elles proposent une offre de restauration (activité donnée majoritairement en location gérance à des tiers) et vendent des articles de golf dans l'enceinte des golfs exploités. Les répondants au test de marché ont confirmé que la clientèle des restaurants et magasins d'articles de golf provenait principalement des joueurs de golf venus effectuer un parcours et constituait en cela une activité accessoire à

7. Ni l’Autorité de la concurrence, ni la Commission européenne n’ont eu à ce stade à analyser d’opérations sur les marchés de l’exploitation de parcours de golfs et de plateformes de réservation de parcours de golf en ligne.

A. LE MARCHÉ DE L’EXPLOITATION DE PARCOURS DE GOLF

1. LE MARCHÉ DE PRODUIT

8. Selon les statistiques de la Fédération française de golf (ci-après « FFG ») en 2021, la France dispose de 740 structures golfigues incluant *practices* et parcours de golf courts (moins de 9 trous) et urbains, générant plus de 750 millions de chiffre d’affaires. Selon la partie notifiante, les golfs de 9 trous et plus représentent 663 structures golfigues⁶. Selon l’étude Ernst and Young « *Les enjeux économiques du golf en France : croissance, emploi, tourisme, investissement* » de 2018, le nombre de pratiquants s’élève à 800 000 personnes environ, dont plus de 430 000 sont licenciés auprès de la FFG.
9. Trois types d’opérateurs exploitent des parcours de golf :
- les collectivités locales qui gèrent des golfs en régie directe (environ 8% des structures golfigues) ou par l’intermédiaire d’une société d’économie mixte dont elles sont actionnaire majoritaire ;
 - les associations sportives (environ 26 % des structures golfigues) avec une gestion est assurée par les membres de l’association ;
 - des sociétés commerciales indépendantes (50 %) ou faisant partie d’un groupe exploitant plusieurs parcours de golf (16 %).
10. Parmi les exploitants de parcours de golfs qui exploitent plusieurs sites ou multisites, sont présents la partie notifiante et la cible (les sociétés Ugolf – 49 golfs et Blue Green – 46 golfs), les sociétés Open Golf Club – 9 golfs, Gaïa – 4 golfs et plusieurs autres exploitants multisites (entre 2 et 4 parcours de golf).
11. Si l’exploitant peut être propriétaire du terrain et des infrastructures qui s’y trouvent, il est fréquent qu’il ne soit que locataire (au titre d’un bail commercial ou d’autres formes de baux) ou délégataire d’un service public par une commune qui ne souhaite pas exploiter un parcours de golf en régie.
12. Il y a donc lieu de s’interroger, en premier lieu, sur l’existence d’une segmentation du marché de l’exploitation des terrains de golfs en fonction du type d’opérateurs qui les exploite.
13. Du point de vue de l’exploitant, si la répartition des recettes et les règles fiscales diffèrent entre les golfs associatifs et golfs gérés en régie d’une part, et les golfs commerciaux d’autre part, tous les exploitants de golf présentent des similitudes dans leur mode de gestion puisque, en moyenne, les exploitants consacrent environ 11% de leur CA aux investissements, sont tous confrontés aux coûts fixes d’entretien et de fonctionnement d’un golf et proposent les mêmes types de prestation (restauration, enseignement, vente d’articles

l’exploitation de golfs. Dès lors, l’analyse concurrentielle qui sera menée sur le marché de l’exploitation des terrains de golf est transposable pour ces deux activités, qui ne feront pas l’objet d’une analyse spécifique dans le cadre de la présente décision.

⁶ Soit 427 parcours de golf de 18 trous (64,4%) et 236 parcours de golf de 9 trous (35,6 %).

de golf et organisation de compétitions). Du point de vue de la demande, les répondants au test de marché indiquent que le golfeur ne tient pas en compte du type d'opérateur exploitant le parcours de golf ou du mode de gestion de la structure golfique lorsqu'il choisit son parcours mais plutôt d'autres critères tels que le nombre de trous du parcours, la qualité du parcours, etc.

14. Il n'y a donc pas lieu de distinguer, au sein du marché de l'exploitation de golfs, selon le type d'opérateur qui exploite le parcours.
15. Dans le cadre du test de marché, les clients et les concurrents des parties ont été interrogés, en deuxième lieu, sur la substituabilité entre les différents parcours de golfs selon le nombre de trous.
16. Il ressort des éléments transmis par les répondants que, d'une part, les parcours de moins de 9 trous, incluant les *practices*, ne sont pas substituables aux parcours de 9 ou 18 trous tant du point de vue de la demande – un joueur ne pouvant y réaliser une partie de golf, que de l'offre – la gestion de telles structures diffère de celle d'un véritable parcours de golf. D'autre part, il existe des différences entre les terrains de golf de 18 trous et ceux de 9 trous, les premiers étant plus adaptés aux joueurs confirmés et plus propices à l'organisation de compétitions, les seconds étant davantage destinés à des débutants ou à l'entraînement.
17. La distinction entre les golfs de 9 et 18 trous se rencontre également dans les tarifs pratiqués par les golfs pour chaque type de parcours. Ainsi, il est constaté que le prix moyen d'un droit d'entrée (ou « *green fee* »), qui est le prix correspondant à une partie de golf, est d'environ 40 euros pour les golfs de 9 trous et de 62 euros pour les golfs de 18 trous (golfs Blue Green et Ugolf confondus, haute et basse saisons confondues).
18. Dans ce contexte, la pertinence d'une segmentation du marché de l'exploitation de terrains de golfs en fonction du type de parcours, et plus spécifiquement du nombre de trous offerts, ne peut être écartée.
19. En troisième lieu, les informations communiquées par la partie notifiante montrent que les conditions d'accessibilité des golfs ne sont pas homogènes. La majorité des parcours de golf sont ouverts à tous les pratiquants dès lors qu'ils s'acquittent d'un droit d'entrée. L'abonnement à un club de golf permet de jouer de façon illimitée sans le paiement d'un droit d'entrée. La prise de licence auprès de la FFG permet quant à elle de participer aux compétitions de golf. Certains golfs, dits fermés, sont uniquement réservés à leurs membres qui ont acquitté leur cotisation auprès de l'association qui gère le parcours de golf (tels que les golfs de Saint Cloud, Saint Nom, Morfontaine, Vidauban, etc.).
20. À cet égard, les répondants au test de marché tant du côté de l'offre que de la demande, s'accordent pour distinguer les golfs ouverts à tous moyennant le paiement d'un droit d'entrée des golfs dits fermés. En l'espèce, seuls les golfs ouverts seront donc intégrés dans l'analyse.
21. En dernier lieu, il est apparu lors de l'instruction qu'est apparue récemment une catégorisation à des fins marketing spécifique pour les golfs dits « touristiques ». Toutefois, selon la partie notifiante, il n'y a pas lieu de segmenter le marché entre les golfs touristiques et non touristiques dans la mesure où la notion de golf touristique ne correspond à aucun label défini officiellement susceptible de conférer un avantage concurrentiel et où tous les joueurs de golf ont la possibilité de jouer librement sur tous les parcours ouverts situés en France. Une telle analyse a été confirmée par le test de marché. Cette segmentation ne sera donc pas retenue en l'espèce.

22. Compte tenu des éléments qui viennent d'être exposés, une segmentation du marché de l'exploitation de terrains de golfs en fonction du type de parcours (moins de 9 trous, 9 trous et 18 trous et plus) pourrait être envisagée. En tout état de cause, la question peut être laissée ouverte, puisque les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurent inchangées quelle que soit la segmentation retenue. En l'espèce, les effets de l'opération seront analysés sur le marché de l'exploitation de terrains de golfs de 9 trous ouverts d'une part, et de 18 trous ouverts d'autre part, ce qui constitue l'approche la plus conservatrice.
23. Les parties sont toutes deux actives sur ces marchés, et exploitent des golfs 9 trous et 18 trous.

2. LE MARCHÉ GÉOGRAPHIQUE

24. Si certains parcours de golf peuvent attirer ponctuellement une clientèle provenant de tout le territoire français et d'autres pays européens, il résulte de l'instruction que l'exploitation des parcours de golf doit être analysée localement dans la mesure où la distance qu'un joueur de golf est prêt à parcourir pour jouer au golf est limitée par des contraintes temporelles et économiques.
25. Selon les statistiques 2021 de la FFG, la distance moyenne parcourue par un golfeur est de 24 kilomètres pour les abonnés ou membres d'un golf et de 62 kilomètres pour les licenciés qui ne sont pas abonnés. La partie notifiante considère que le temps de trajet moyen est de l'ordre de 45 minutes.
26. Les répondants au test de marché ont confirmé la pertinence d'un temps de déplacement moyen en voiture entre le domicile du joueur de golf et le parcours de golf de 45 minutes pour apprécier la zone de chalandise d'un parcours de golf.
27. Ainsi, l'analyse concurrentielle sera effectuée dans une zone correspondant à un temps de trajet de 45 minutes en voiture à partir des parcours de golf de la cible.

B. LE MARCHÉ DE L'EXPLOITATION DES PLATEFORMES DE RÉSERVATION DE GOLF EN LIGNE

1. LE MARCHÉ DE PRODUIT

28. Si l'Autorité de la concurrence ne s'est jamais prononcée sur le marché des plateformes de réservation de golfs en ligne, la Commission a déjà distingué le marché des OTA « Online Travel Agencies », consistant en la distribution et la réservation en ligne de plusieurs types de voyages, tels que des vols, des hôtels et autres hébergements ou de la location de voitures⁷.
29. En l'espèce, il ressort des éléments réunis dans le cadre de l'instruction que les plateformes de réservation de golfs en ligne servent d'intermédiaires pour mettre en relation deux catégories de clients distincts : les exploitants de parcours de golf et les joueurs de golf.
30. D'une part, les exploitants de parcours de golf transmettent aux plateformes des informations sur les tarifs et les réservations possibles de parcours de golf. Ainsi, les plateformes

⁷ Décision de la Commission du 23 octobre 2018, M.9005 – Booking Holdings / Holtelscombined, paragraphes 30 et suivants.

permettent aux exploitants de parcours de golf de bénéficier d'une visibilité accrue sur internet et d'accéder à des joueurs de golf situés en France et en dehors du territoire national.

31. D'autre part, les plateformes de réservation en ligne permettent aux joueurs de golf de rechercher, comparer, voire de réserver en bénéficiant du meilleur prix, un parcours de golf pour un horaire donné. Les plateformes se rémunèrent par une commission sur chaque réservation de parcours de golf.
32. Certains opérateurs des plateformes de réservation en ligne de parcours de golf (Blue Green - bookandgolf, Ugolf – leclub-golf) sont également exploitants de parcours de golf et proposent à la réservation non seulement leurs propres parcours de golf mais aussi ceux d'autres exploitants de golf.
33. D'autres opérateurs de plateformes (« mygreenfee », « chronogolf », « grip-resa », « greenaccess », « leadingcourses », « golfomax », « kady ») n'exploitent aucun parcours de golf et proposent la réservation en ligne de parcours de golf appartenant à différents exploitants (unisites ou multisites). La FFG a créé une plateforme multi-distributeurs (application mobile Kady). Selon les informations transmises par la FFG dans le cadre de l'instruction, cette plateforme recense toutes les offres en ligne de parcours golf sur internet avec l'accord des distributeurs concernés qui gèrent leurs informations librement sur la plateforme.
34. Un même golf peut être proposé sur plusieurs plateformes de réservation en ligne.
35. Compte tenu de ces éléments, il y a lieu d'identifier un marché de l'exploitation des plateformes de réservation de golf en ligne au sein duquel opèrent l'ensemble des acteurs mettant à disposition du public une plateforme qui permet la réservation de parcours au sein d'infrastructures tierces. En l'espèce, les parties disposent, chacune, d'une plateforme de réservation en ligne de parcours de golf sur lesquels sont disponibles des parcours tiers.

2. LE MARCHÉ GÉOGRAPHIQUE

36. Dans ses précédentes décisions, la Commission a considéré que, notamment en raison des barrières linguistiques, les marchés de la distribution de service de voyage sont susceptibles d'être plutôt nationaux, tout en laissant ouverte la définition géographique exacte de ce marché⁸.
37. En l'espèce, et compte tenu du fait que la majeure partie des plateformes de réservation de golfs en ligne proposent la réservation de parties de golf dans plusieurs pays (dans l'Espace économique européen et dans le monde) et que certaines plateformes éditent des versions de leur site internet en plusieurs langues (français, anglais, allemand, etc.), la partie notificante considère que le marché des plateformes de réservations de golfs en ligne est au moins de dimension nationale, voire plus probablement de dimension européenne.
38. En tout état de cause, la question de la délimitation géographique exacte du marché de l'exploitation des plateformes de réservation en ligne peut être laissée ouverte, dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurent inchangées quelle que soit la délimitation retenue.

⁸ Décision de la Commission du 23 octobre 2018, M.9005, précitée, paragraphes 70 et suivants ; décision de la Commission du 17 juillet 2017, M. 8416 – Priceline/Momondo, paragraphe 59 et décision de la Commission du 20 octobre 2016, M.8046 – TUI/Transat, paragraphes 104 et suivants.

39. En l'espèce, l'analyse sera menée au niveau national.

III. Analyse concurrentielle

40. Compte tenu des activités des parties, l'opération est susceptible de produire des effets sur le marché de l'exploitation de parcours de golf (A) et sur celui de l'exploitation des plateformes de réservation de parcours de golf en ligne (B).

A. LE MARCHÉ DE L'EXPLOITATION DE PARCOURS DE GOLF

41. Avant l'opération, Groupe Duval via sa filiale Ugolf exploite 49 golfs situés en France, alors que Blue Green en exploite 46. Il y a donc lieu d'analyser les effets horizontaux résultant de la prise de contrôle par Groupe Duval des 46 golfs de Blue Green.
42. Afin d'apprécier si une opération est susceptible de porter atteinte à la concurrence sur un marché, les lignes directrices de l'Autorité de la concurrence indiquent que deux critères principaux doivent être examinés, à savoir (i) les parts de marché de la nouvelle entité et de ses concurrents et (ii) le degré de concentration du marché. Ces deux critères sont appréciés au cas par cas par l'Autorité de la concurrence en fonction des caractéristiques et de la structure concurrentielle des marchés analysés.
43. À titre liminaire, il convient de noter qu'à l'issue de l'opération, les parties exploiteront 95 golfs sur tout le territoire national. Elles disposeront donc d'une part de marché inférieure à 20 % au niveau français.
44. Au niveau local, il ressort de l'instruction que la pression concurrentielle s'exerce localement, à partir de zones isochrones délimitées autour des parcours de golf de la cible, correspondant à 45 minutes de trajet en voiture. Dans chaque zone de chalandise examinée, en l'absence de données publiques permettant de déterminer des parts de marché en valeur, les parties ont fourni des parts de marché à partir du nombre de parcours de golf exploités par un même exploitant. Par ailleurs, comme indiqué précédemment, seuls les golfs ouverts seront pris en compte dans l'analyse concurrentielle, les golfs fermés n'étant pas accessibles à tous les pratiquants.
45. La détermination des zones isochrones a conduit à déterminer 15 zones de chalandise, centrées sur les parcours de golfs cibles, pour lesquelles les activités des parties se chevauchent. Parmi ces 15 zones, une concerne un golf à 9 trous (Rueil-Malmaison) et les 14 autres des golfs à 18 trous.
46. Sur l'ensemble de ces zones de chevauchement, 11 zones de chevauchement d'activité entre les parties ont été considérées comme n'étant pas susceptibles de poser un problème de concurrence à l'issue de l'opération dans la mesure où, dans chacune d'entre elles, la part de marché de la nouvelle entité en nombre de parcours de golf est inférieure à 50 % et il subsistera, à l'issue de l'opération, entre 3 et 18 parcours de golf concurrents.

Zone (ciblage Golf Blue Green)	Part de marché cumulée des parties
LYON CHASSIEU (69) – golf 18 trous	[20-30] %
RENNES ST JACQUES (35) – golf 18 trous	[30-40] %
GUERVILLE (78) – golf 18 trous	[30-40] %
VILLENES (78) – golf 18 trous	[30-40] %
ST QUENTIN EN YVELINES (78) – golf 18 trous	[40-50] %
BELLEFONTAINE (95) – golf 18 trous	[40-50] %
RUEIL MALMAISON (92) – golf 9 trous	[40-50] %
MAROLLES-EN-BRIE (94) – golf 18 trous	[50-60] %
NANTES ERDRE (44) – golf 18 trous	[50-60] %
SAVENAY (44) – golf 18 trous	[50-60] %
VILLERAY (91) – golf 18 trous	[50-60] %

47. Pour les 4 zones de chevauchement restantes, il a été observé que la nouvelle entité disposera, après l'opération, d'une part de marché supérieure à 55 %.
48. Dans ces zones, l'Autorité a procédé à une analyse au cas par cas pour apprécier la réalité de la pression concurrentielle subie par les parties, à l'issue de l'opération.
49. Dans la zone du golf cible de **Pessac** (33), la nouvelle entité disposera de 5 golfs de 18 trous et aura une part de marché de [50-60] %.
50. D'une part, parmi ces derniers, figurent les golfs de Bordeaux Lac et de Gujan-Mestras qui sont tous deux exploités dans le cadre d'une convention publique (délégation de service public, ci-après dénommée « DSP ») conclue entre une municipalité et Blue Green, qui encadre la politique tarifaire de ces 2 golfs, [confidentiel]. La nouvelle entité ne disposera pas de la possibilité d'agir indépendamment de ses concurrents et au détriment de ses clients, au risque de ne pas respecter ses obligations contractuelles.
51. D'autre part, elle fera face à la concurrence de 4 parcours de golf de 18 trous dont le golf du Médoc qui bénéficie d'une forte attractivité en raison de la qualité du parcours et des compétitions nationales et internationales qui y sont organisées. Le nouvel opérateur fera également face à 2 golfs de 9 trous dans la même zone. Si les golfs de 9 trous ne sont qu'imparfaitement substituables aux parcours de golf de 18 trous, cette substituabilité existant notamment pour les joueurs débutants, ils pourront cependant être choisis en alternative par les joueurs de golf qui pourront effectuer deux fois un golf de 9 trous. Cette réalité a été mise en évidence par les réponses des opérateurs interrogés dans le cadre du test

de marché. On peut noter à titre subsidiaire que l'intégration de ces golfs dans l'analyse concurrentielle conduit à faire baisser la part de marché des parties en dessous de 50 %.

52. Dans la zone du golf cible de Bordeaux Lac (33), la nouvelle entité disposera de 4 golfs de 18 trous et aura une part de marché de [50-60] %.
53. D'une part, comme indiqué précédemment, le golf cible de Bordeaux Lac est exploité dans le cadre d'une convention publique (DSP) qui encadre sa politique tarifaire, laquelle se retrouve subordonnée à l'accord préalable de la commune. Ceci vient limiter toute possibilité pour la nouvelle entité d'agir indépendamment de ses concurrents et de ses clients, au risque de ne pas respecter ses obligations contractuelles.
54. D'autre part, elle fera face à la concurrence de 3 golfs de 18 trous, tous situés à moins de 30 minutes du golf cible. Enfin, sont présents dans cette zone 2 golfs de 9 trous. Si les golfs de 9 trous ne sont qu'imparfaitement substituables aux golfs de 18 trous, ils pourront cependant être choisis en alternative par les joueurs de golf qui pourront effectuer deux fois un golf de 9 trous. On peut noter à titre subsidiaire que l'intégration de ces golfs dans l'analyse concurrentielle conduit à faire baisser la part de marché des parties en dessous de 50 %.
55. Dans la zone du golf cible de **Gujan-Mestras** (33), la nouvelle entité disposera de 3 golfs de 18 trous et aura une part de marché de [60-70] %.
56. D'une part, le golf cible de Gujan-Mestras est exploité dans le cadre d'une convention publique (DSP) [confidentiel] et de limiter toute possibilité d'agir pour la nouvelle entité indépendamment de ses concurrents et de ses clients, au risque de ne pas respecter ses obligations contractuelles.
57. D'autre part, elle fera face à la concurrence de 2 golfs de 18 trous, situés à 16 et 33 minutes du golf cible. Enfin, dans cette zone, sont présents 2 parcours de golf de 9 trous. Or, comme il a été expliqué précédemment, si les golfs de 9 trous ne sont qu'imparfaitement substituables aux golfs de 18 trous, ils pourront cependant être choisis en alternative par les joueurs de golf qui pourront effectuer deux fois un golf de 9 trous. On peut noter à titre subsidiaire que l'intégration de ces golfs dans l'analyse concurrentielle conduit à faire baisser la part de marché des parties en dessous de 50 %.
58. Dans la zone du golf cible de **Saint-Aubin**, la nouvelle entité disposera de 15 golfs de 18 trous et aura une part de marché de [50-60] %.
59. Elle fera face, d'une part, à un nombre important de golfs de 18 trous concurrents, soit 11 golfs, la plupart situés à moins de trente minutes des golfs des parties. À ces golfs 18 trous s'ajoutent 7 golfs 9 trous qui, bien qu'imparfaitement substituables aux golfs de 18 trous, pourront être choisis en alternative par les joueurs de golf qui pourront effectuer deux fois un parcours de 9 trous.
60. Ainsi, dans ces 4 zones, il apparaît que les effets de l'opération seront compensés par un contexte concurrentiel garantissant au joueur de golf suffisamment d'alternatives pour des parcours de 18 trous et, dans une moindre mesure, de 9 trous. Ainsi, compte tenu de la présence de golfs concurrents proches du golf cible et de l'encadrement tarifaire dont certains font l'objet, la nouvelle entité ne sera pas en mesure de se comporter sur le marché de manière indépendante.
61. Par conséquent, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur le marché de l'exploitation des parcours de golf.

B. LE MARCHÉ DE L'EXPLOITATION DES PLATEFORMES DE RÉSERVATION DE PARCOURS DE GOLF EN LIGNE

62. Du point de vue des effets horizontaux, d'une part, il est constaté en l'espèce, que les plateformes de réservation en ligne des parties – leclub-golf pour Ugolf, bookandgolf pour Blue Green - sont majoritairement utilisées par les clients pour réserver des créneaux sur les parcours de golf des parties. Ainsi, au moins [80-90] % du chiffre d'affaires généré par les plateformes de réservation de chacune des parties a été réalisé par la réservation de créneaux sur leurs propres parcours de golf. Ce pourcentage élevé indique que cette activité est intimement liée à l'exploitation des parcours de golf notamment pour la cible, et constitue pour elles une activité accessoire.
63. En tout état de cause, selon les estimations fournies par la partie notifiante, la part de marché cumulée de la nouvelle entité restera inférieure à 25 % sur le marché de l'exploitation des plateformes de réservation en ligne de parcours de golf au niveau national.
64. Du point de vue des effets verticaux, d'autre part, il y a lieu d'apprécier l'existence d'un risque concurrentiel consécutif au renforcement combiné de la position des parties à l'amont, sur le marché de l'exploitation de terrains de golfs, et à l'aval, sur le marché de l'exploitation de plateformes de réservations de parcours de golfs. Or, il ressort des informations présentées aux paragraphes 43 et 52 que la part de marché des parties est inférieure à 25 % sur chacun de ces deux marchés, au niveau national. Si la part de marché de la nouvelle entité sur le marché de l'exploitation de parcours de golfs dépasse 25 % dans certaines zones locales, la vocation des plateformes de réservations de parcours de golfs est d'opérer avec des opérateurs pour l'ensemble de leur activité au niveau national (conformément à la définition géographique du marché des plateformes de réservations de parcours, de dimension nationale), pour permettre à des clients d'accéder à des parcours sur tout le territoire français. Dans ce contexte, dans l'hypothèse où une plateforme serait, de fait, spécialisée dans la réservation de parcours au niveau local, dans une zone où la nouvelle entité détiendrait une part de marché supérieure à 25 %, ladite plateforme aurait la possibilité de diversifier ses intrants et de proposer la réservation d'autres parcours, présents dans d'autres zones géographiques. En conséquence, l'éventuelle position forte de la nouvelle entité au niveau local n'est pas de nature à lui permettre de générer un risque de verrouillage des intrants.
65. Par conséquent, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence tant par le biais d'effets horizontaux que verticaux sur le marché de l'exploitation des plateformes de réservation en ligne des parcours de golf.

DÉCIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 22-016 est autorisée.

Le président,

Benoît Cœuré

© Autorité de la concurrence