



**Autorité de la Concurrence**  
de la Nouvelle-Calédonie

**Décision n° 2023-DEC-04 du 1<sup>er</sup> mars 2023 [Rect]**

**relative à la mise en exploitation d'un magasin sous l'enseigne « Décathlon » d'une surface de 1 200 m<sup>2</sup> à Koné**

L'Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie (le vice-président statuant seul),

Vu le dossier de notification, adressé complet à l'Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie le 16 décembre 2023 et enregistré sous le numéro 22-0026EC, relatif à la mise en exploitation d'un magasin sous l'enseigne « Décathlon » d'une surface de 1 200 m<sup>2</sup> sur la commune de Koné ;

Vu la loi organique modifiée n° 99-209 du 19 mars 1999 relative à la Nouvelle-Calédonie ;

Vu la loi du pays n° 2014-12 du 24 avril 2014 portant création de l'Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie (ci-après l'« Autorité ») et modifiant le livre IV de la partie législative du code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie (ci-après le « code de commerce ») ;

Vu le code de commerce et notamment ses articles Lp. 432-1 à Lp. 432-5 et Lp. 461-3 ;

Vu l'arrêté n° 2018-43/GNC du 9 janvier 2018 modifié concernant les modalités d'application et le contenu du dossier de notification d'une opération dans le secteur du commerce de détail ;

Vu les engagements proposés le 23 février 2023 et modifiés en dernier lieu le 28 février 2023 par la société Ballande SAS ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Vu la proposition du service d'instruction du 28 février 2023 d'autoriser la présente opération en application du deuxième alinéa du III de l'article Lp. 432-3 du code de commerce ;

Adopte la décision suivante :

## Résumé

Dans cette décision, l'Autorité autorise, sous condition, l'ouverture d'un magasin sous l'enseigne « Décathlon » d'une surface de 1 200 m<sup>2</sup> à Koné, par le groupe Ballande. En Nouvelle-Calédonie, le groupe Ballande est notamment présent dans le secteur de la distribution d'articles de sport via l'enseigne « Décathlon » à Dumbéa, et via le magasin « Stop Affaires » à Koné.

L'opération comprend trois volets interdépendants : l'ouverture d'un magasin sous l'enseigne « Décathlon » d'une surface de 1 200 m<sup>2</sup> à Koné, l'ouverture d'un magasin sous l'enseigne « Thiriet » d'une surface de 250 m<sup>2</sup> à Koné et la réaffectation des surfaces de vente auparavant dédiées aux articles de sport du magasin « Stop Affaires » à Koné, dont la surface de vente de 1 100 m<sup>2</sup> restera inchangée.

L'Autorité distingue deux marchés en aval : le marché de la distribution au détail de vêtements et de chaussures de sport d'une part et le marché de la distribution au détail d'équipements de sport d'autre part. Pour tenir compte du caractère restreint de l'offre en Province Nord, l'Autorité intègre à son analyse l'offre des grandes surfaces à dominante alimentaire (GSA) ainsi que l'offre des circuits spécialisés dans la pratique sportive dont les grandes surfaces spécialisées dans un univers sportif.

De plus, lors de la consultation publique réalisée par l'Autorité, la majorité des habitants de province nord ont déclaré acheter leurs vêtements, chaussures et équipements de sport à Nouméa. Dans la mesure où 92% des répondants ont déclaré que l'ouverture d'un magasin Décathlon allait modifier leurs habitudes de consommation, l'Autorité retient une zone de chalandise correspondant à un trajet d'environ deux heures de voiture autour du magasin cible, comprenant ainsi la majorité de la Province Nord.

Bien qu'elle souligne le caractère pro-concurrentiel de l'opération, l'Autorité a identifié des risques d'effets horizontaux sur les marchés aval de la distribution au détail de vêtements et de chaussures de sport et sur le marché de la vente d'équipements de sport, du fait de la part de marché importante de la partie notifiante, de la notoriété de l'enseigne et du faible nombre d'opérateurs susceptibles de la concurrencer.

Pour lever ces préoccupations de concurrence, la partie notifiante a été amenée à proposer deux types d'engagements. D'une part, le groupe Ballande s'engage à ne pas pratiquer pour l'ensemble des produits commercialisés dans le magasin « Décathlon » de Koné des prix de vente aux consommateurs qui seraient supérieurs à ceux pratiqués au sein du magasin « Décathlon » situé à Dumbéa, ceci pour une période reconductible de cinq ans. D'autre-part, la partie notifiante s'engage à ne pas réaliser des actes visant à dissuader l'implantation de nouveaux concurrents sur les marchés concernés par l'opération, ceci pour une période reconductible de cinq ans également. Ces engagements clairs, précis et ne soulevant pas de doute quant à la vérification de leur mise en œuvre ont été acceptés par l'Autorité.

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

# I. Présentation de l'entreprise concernée et contrôlabilité de l'opération

## A. Présentation de l'exploitant

1. La société Ballande SAS est une filiale de la société Figesbal SA, la société mère du groupe d'entreprises détenues par la famille Ballande (ci-après le groupe « Ballande »).
2. La société Ballande a réalisé, en Nouvelle-Calédonie, un chiffre d'affaires d'environ 4,8 milliards de F.CFP en 2021<sup>1</sup>.

Tableau des chiffres d'affaires 2021 des sociétés Figesbal et Ballande

Chiffre d'affaires en Nouvelle-Calédonie	2019	2020	2021
FIGESBAL	363 573 K CFP	410 605 K CFP	363 134 K CFP
BALLANDE SAS (hors CA filiales)	4 704 642 K CFP	4 704 642 K CFP	4 771 384 K CFP

Source : dossier de notification

3. Le groupe Ballande intervient dans divers secteurs d'activités pouvant être répartis au sein de deux pôles géographiques :
  - Le « Pôle France métropolitaine », qui est essentiellement basé à Bordeaux et Paris, et qui exploite les activités relevant du domaine viti-vinicole ainsi que les activités relevant du domaine financier et immobilier du groupe Ballande ;
  - Le « Pôle Pacifique », qui est essentiellement basé à Nouméa, et qui régit l'ensemble des activités de la Nouvelle-Calédonie, du Vanuatu, de la Nouvelle-Zélande et de la Polynésie française, dans le domaine des mines, des activités portuaires, du transport, de l'élevage et de la distribution alimentaire et non-alimentaire.
4. L'ensemble des sociétés du groupe Ballande a représenté un chiffre d'affaires à hauteur de [confidentiel] milliards de F.CFP en Nouvelle-Calédonie en 2021<sup>2</sup>.
5. Parmi les activités du groupe Ballande, seules celles dans le secteur de la distribution d'articles de sport au sein du « Pôle Pacifique » feront l'objet d'une analyse dans le cadre de la présente opération, la société Ballande étant actuellement présente sur :
  - Le secteur de la distribution au détail d'articles de sport *via* l'enseigne Décathlon à Nouméa ;
  - Le secteur de distribution au détail d'articles de sport, de vêtements de ville et accessoires et de bazar et décoration, *via* le magasin d'enseigne « Stop Affaires » à Koné ;
  - Le secteur du commerce de détail à dominante alimentaire prochainement *via* deux futurs hypermarchés sous l'enseigne « Hyper U » à Anse Uaré et Païta, dont les mises en exploitations sont respectivement prévues pour fin 2024 et fin 2026<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Voir la page 3 du dossier de notification (annexe 1, cote 4).

<sup>2</sup> Voir le courriel du cabinet PDGB en date du 15 février 2023 (annexe 22, cote 295).

<sup>3</sup> Voir la page 3 du dossier de notification (annexe 1, cote 4).

6. S'agissant de l'enseigne « Décathlon », la société Ballande exploite actuellement un magasin, sis au centre commercial Kenu In, à Dumbéa, d'une surface commerciale de 3 000 m<sup>2</sup> (ci-après le magasin « Décathlon Dumbéa »<sup>4</sup>).

### **B. Présentation de l'opération**

7. L'opération notifiée consiste en l'ouverture d'un projet d'ensemble sur la commune de Koné, comprenant trois volets interdépendants :
- L'ouverture d'un magasin sous l'enseigne « Décathlon » d'une surface de 1 200 m<sup>2</sup> ;
  - L'ouverture d'un magasin sous l'enseigne « Thiriet » d'une surface de 250 m<sup>2</sup> ;
  - La réaffectation des surfaces de vente du Stop Affaires à Koné, dont la surface (1 100 m<sup>2</sup>) restera inchangée.
8. La présente opération concerne exclusivement l'ouverture du magasin sous l'enseigne « Décathlon » à Koné (ci-après le magasin « Décathlon Koné »), l'ouverture du magasin sous l'enseigne « Thiriet » faisant l'objet d'une procédure distincte<sup>5</sup>.
9. Selon la partie notifiante, la mise en exploitation du magasin Décathlon Koné est prévue pour mai 2024 et générera treize emplois. Par ailleurs, la mise en exploitation du magasin sous l'enseigne « Thiriet » à Koné générera trois emplois et trois emplois supplémentaires seront créés pour gérer la logistique des deux enseignes<sup>6</sup>.

### **C. Contrôlabilité de l'opération**

10. Conformément à l'article Lp. 432-1 du code de commerce :
11. *« I. - Est soumis au régime d'autorisation défini par le présent chapitre :*
- 1° toute mise en exploitation d'un nouveau magasin de commerce de détail, lorsque sa surface de vente est supérieure à 600 m<sup>2</sup> ; »*
12. En l'espèce, l'opération consiste en l'exploitation d'un magasin sous l'enseigne « Décathlon » d'une surface de vente de 1 200 m<sup>2</sup> à Koné<sup>7</sup>.
13. Par conséquent, la présente opération est soumise au régime d'autorisation préalable de l'Autorité prévu par l'article Lp. 432-2 du code de commerce.

## **II. Délimitation des marchés pertinents**

---

14. L'analyse concurrentielle des effets d'une opération dans le secteur du commerce de détail au sens de l'article Lp. 432-1 du code de commerce (opération de croissance « interne »), comme celle d'une concentration au sens de l'article Lp. 431-1 (opération de croissance « externe »), doit être réalisée sur un (ou des) marché(s) pertinent(s) délimité(s) conformément aux principes du droit de la concurrence.
15. Selon la pratique constante des autorités de concurrence, deux catégories de marchés peuvent être délimitées dans le secteur de la distribution à dominante alimentaire. Il s'agit, d'une part, des marchés « aval », de dimension locale, qui mettent en présence les entreprises de commerce

---

<sup>4</sup> Voir la page 4 du dossier de notification (annexe 1, cote 5).

<sup>5</sup> Enregistré sous le numéro de dossier 22-0027EC.

<sup>6</sup> Voir la page 7 du dossier de notification (annexe 1, cote 8).

<sup>7</sup> *Ibid.*

de détail et les consommateurs pour la vente des biens de consommation et, d'autre part, des marchés « amont », de l'approvisionnement, mettant en relation les entreprises de commerce de détail et leurs fournisseurs.

16. En l'espèce, les opérations seront analysées sur le marché amont de l'approvisionnement en articles de sport (A), sur le marché aval de la distribution au détail d'articles de sport (B).

### ***A. Les marchés amont de l'approvisionnement en articles de sport***

#### **1. Le marché de produits**

17. La pratique décisionnelle métropolitaine considère que, dans la mesure où les producteurs ne peuvent se convertir facilement à la fabrication d'autres produits que les leurs, il convient généralement de distinguer autant de marchés qu'il existe de familles de produits<sup>8</sup>.
18. Elle distingue ainsi autant de marchés qu'il existe de familles de produits et l'Autorité de la concurrence métropolitaine a pu reconnaître les 18 familles suivantes : ameublement ; linge de maison ; vêtements pour femmes ; vêtements pour hommes ; vêtements pour enfants ; sous-vêtements ; chaussures ; produits de cuir ; textiles de sport ; chaussures de sport ; petits appareils électriques ; gros appareils électriques ; électronique ; produits de décoration et de jardinage ; éclairage ; jouets ; bagagerie et arts de la table, sans pour autant que cette liste soit exhaustive<sup>9</sup>.
19. Dans une décision n° 21-D-24 du 12 octobre 2021, l'Autorité de la concurrence métropolitaine a indiqué que Décathlon était « l'entreprise leader du secteur de la distribution d'articles de sport. Elle se spécialise de plus en plus dans des gammes de produits dédiés de sa propre marque, bénéficiant de ses innovations ainsi que de prix agressifs »<sup>10</sup>.
20. En l'espèce, la partie notifiante est active en qualité d'acheteur sur ces marchés *via* les magasins « Décathlon » et « Stop Affaires » ainsi que *via* les magasins « Hyper U Païta » et « Hyper U Anse Uaré » lorsqu'ils seront mis en exploitation.
21. La partie notifiante indique que l'approvisionnement du futur magasin Décathlon Koné s'effectuera sur la base du contrat de franchise conclu entre les sociétés Ballande et Décathlon SE<sup>11</sup>. Toujours selon la partie notifiante, le modèle de l'enseigne « Décathlon » est de vendre en priorité des produits de ses propres marques, telles que Quechua, Kalenji, Tribord, Olaiian ou encore Forclaz. Ainsi, s'agissant du magasin Décathlon Dumbéa, la partie notifiante indique que les approvisionnements auprès de la centrale d'achat de Décathlon située en métropole ont représenté [70-80] % de son chiffre d'affaires<sup>12</sup>.
22. Le contrat de franchise permettrait néanmoins à la partie notifiante de se fournir à hauteur de [confidentiel] % de son chiffre d'affaires en dehors des marques Décathlon. Ainsi, selon la partie

---

<sup>8</sup> Voir notamment les décisions de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 09-DCC-26 du 24 juillet 2009 relative à l'acquisition de la société Camif Collectivités par la société Manutan International, et n° 15-DCC-71 du 17 juin 2015 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Papeteries Pichon par la société Manutan International.

<sup>9</sup> Voir notamment la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 18-DCC-01 du 10 janvier 2018 relative à l'acquisition du contrôle exclusif de la société La Redoute par la société Motier (groupe Galeries Lafayette).

<sup>10</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 21-D-24 du 12 octobre 2021 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la distribution d'équipements de loisirs footballistiques, p. 5.

<sup>11</sup> Voir la page 11 du dossier de notification (annexe 1, cote 12) et le contrat de franchise conclu entre les sociétés Ballande et Décathlon SE (annexe 9, cotes 82 à 225).

<sup>12</sup> Voir la page 12 du dossier de notification (annexe 1, cote 13).

notifiante, les achats du magasin Décathlon Dumbéa auprès d'autres fournisseurs représentaient [20-30] % de son chiffre d'affaires<sup>13</sup>.

## **2. Le marché géographique**

23. Selon la pratique décisionnelle de l'Autorité de la concurrence métropolitaine, les marchés de l'approvisionnement en produits non alimentaires sont de dimension au moins nationale voire mondiale<sup>14</sup>.
24. Dans une décision n° 2020-DEC-09 du 22 septembre 2020 relative à la mise en exploitation d'un hypermarché sous enseigne « Hyper U » par la société Ballande, l'Autorité a indiqué que s'agissant de la délimitation géographique des marchés amont de l'approvisionnement en articles de sport, le marché pouvait être considéré comme étant de dimension mondiale au vu des sources d'approvisionnement des magasins exploités par la société Ballande<sup>15</sup>.
25. En l'espèce, il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation, de telle sorte que le marché géographique du marché amont de l'approvisionnement en articles de sport peut être considéré comme étant de dimension mondiale pour les besoins de la présente opération.

### ***B. Le marché aval de la distribution au détail d'articles de sport***

26. La pratique décisionnelle métropolitaine a eu l'occasion de distinguer la distribution au détail d'articles de sport en deux marchés avals distincts : le marché aval de la distribution au détail de vêtements et de chaussures de sport d'une part (1), et le marché aval de la distribution d'équipements de sport d'autre part (2)<sup>16</sup>.
27. La partie notifiante propose de reprendre également la même segmentation dans son dossier de notification<sup>17</sup>.

## **1. Le marché aval de la distribution au détail de vêtements et chaussures de sport**

### ***a. Le marché de produits***

28. S'agissant des vêtements et des chaussures de sport, la pratique décisionnelle métropolitaine a considéré que la distribution de ces produits était assurée à la fois par des entreprises généralistes (hypermarchés, supermarchés, supérettes) (les « GSA ») et par des grandes surfaces spécialisées (les « GSS »)<sup>18</sup>.
29. Dans une lettre C2008-16 du 30 avril 2008, relative à l'acquisition de la société Super Sport par Vivarte, le ministre de l'économie métropolitain avait retenu une substituabilité entre les

---

<sup>13</sup> *Ibid.*

<sup>14</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n°20-DCC-72 du 26 mai 2020 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Vindémia Group par la société Groupe Bernard Hayot.

<sup>15</sup> Décision n° 2020-DEC-09 de l'Autorité précitée, p. 21.

<sup>16</sup> Voir la Lettre du ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi du 30 avril 2008, aux conseils de la société Vivarte, relative à une concentration dans le secteur des vêtements et des chaussures de sport, C2008-16, p. 2.

<sup>17</sup> Voir la page 15 du dossier de notification, (annexe 1, cote 14).

<sup>18</sup> Voir l'avis du Conseil de la concurrence n° 94-A-30 du 6 décembre 1994 relatif à l'acquisition de la société Picard Surgelés par la société Carrefour S.A. et la lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie en date du 5 mars 2003 au conseil de Toupargel relative à une concentration dans le secteur de la vente au détail de produits du grand froid.

vêtements et les chaussures à bas prix proposés par les GSS spécialisées en articles de sport et les vêtements et chaussures de sport proposés par les GSA<sup>19</sup>.

30. Dans une décision n° 21-D-24 du 12 octobre 2021 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la distribution d'équipements de loisirs footballistiques, l'Autorité de la concurrence métropolitaine a segmenté le marché des produits liés aux loisirs footballistiques en deux principaux canaux :
- Les circuits non-spécialisés : les grandes surfaces alimentaires, les spécialistes du prêt-à-porter et des chaussures, les grands magasins, la vente à distance, etc ;
  - Les circuits spécialisés : les réseaux, qui peuvent être intégrés (Décathlon, Courir, Go Sport, etc.) ou non intégrés, c'est-à-dire associés, affiliés ou franchisés (Intersport, Sport 2000 International, Twinner, etc.) ou encore indépendants et monomarkes<sup>20</sup>.
31. L'Autorité de la concurrence métropolitaine a également opéré une sous-segmentation parmi les enseignes spécialisées dans la pratique sportive en général, indiquant qu'il existe d'autres profils d'enseignes spécialisées, voire ultra-spécialisées :
- Les détaillants centrés sur un univers sportif ou un sport en particulier (PADD pour l'équitation, Culture Vélo, Golf Plus, Runtastic, Espace Montagne, Espace Foot, etc.)
  - Les opérateurs positionnés sur les vêtements de sport (détaillants multimarques comme Courir, Foot Locker ou marques enseignes telles que Nike ou Adidas)<sup>21</sup>.
32. En l'espèce, la partie notifiante considère que les vêtements et chaussures de sport vendus dans les magasins sous l'enseigne « Décathlon » se distinguent de l'offre « sportswear » et qu'il s'agit « de vêtements et chaussures techniques, qui sont exclusivement destinés à la pratique du sport »<sup>22</sup>. Cette technicité des produits les rendrait non-substituables avec les vêtements et chaussures vendus par des GSA.
33. Néanmoins, l'Autorité de la concurrence métropolitaine a relevé que d'après une étude Xerfi de février 2020, « 54 % des français portent des vêtements de sport en dehors de leurs activités sportives »<sup>23</sup>.
34. De plus, un concurrent répondant au test de marché réalisé lors de l'instruction a indiqué sur ce point : « Les vêtements distribués par Décathlon sont et seront utilisés tous les jours par les consommateurs ; vu le climat de la NC, la population porte des vêtements aérés, simples et permettant une activité physique [...] »<sup>24</sup>.
35. Dès lors, en Nouvelle-Calédonie, du fait du caractère restreint de l'offre en province Nord, il y a lieu de considérer que l'offre de chaussures et de vêtements de sport dans les GSA est substituable avec l'offre des circuits spécialisés dans la pratique sportive en général, des détaillants centrés sur un univers sportif et des opérateurs positionnés sur les vêtements de sport, sans qu'il soit nécessaire de recourir à un critère de technicité particulier.
36. Ainsi, l'analyse de la présente opération a été effectuée sur les marchés de la distribution au détail de vêtements et chaussures de sport intégrant à la fois les GSS et GSA.

---

<sup>19</sup> Voir la Lettre du ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi du 30 avril 2008 précitée, p. 2.

<sup>20</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 21-D-24 du 12 octobre 2021 précitée, p. 5.

<sup>21</sup> *Ibid.*

<sup>22</sup> Voir la page 13 du dossier de notification (annexe 1, cote 14).

<sup>23</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 21-D-24 précitée, p. 4.

<sup>24</sup> Réponse de l'entreprise Le Fishing Shop au test de marché (annexe 19, cote 254).

## ***b. Le marché géographique***

37. Dans le secteur du commerce de détail, les marchés géographiques pertinents sont de dimension locale, correspondant à la zone de chalandise du magasin en cause. En général, la zone de chalandise est d'autant plus étendue que la taille du magasin est importante. La force d'attraction des grandes surfaces spécialisées, qui sont dotées d'une surface de vente étendue et proposent une gamme complète de produits, implique des zones de chalandise larges. A l'inverse, les commerces de proximité auront des zones de chalandise en principe plus réduites.
38. De plus, la nature des produits a également un impact sur la zone de chalandise. On distingue ainsi en général les biens de consommation à faible montant unitaire, achetés fréquemment (dits produits de grande consommation), des produits à prix plus élevé et d'achat peu fréquent (dits biens durables). Pour ces derniers, les consommateurs seront en général susceptibles de consentir à des déplacements plus longs : les zones de chalandises pourront ainsi être plus étendues<sup>25</sup>.
39. Dans sa décision C2008-16 du 30 avril 2008 précitée, le ministre de l'économie métropolitain a retenu des zones de chalandise locales limitées à 20 minutes autour des points de vente, tant pour la vente au détail de vêtements de sport que pour celui de la vente au détail de chaussures de sport<sup>26</sup>.
40. En l'espèce, la partie notifiante considère que le marché de la vente au détail de vêtements et de chaussures de sport peut être divisé en une zone primaire, constituée par Voh, Koné et Pouembout (zone dite « VKP ») et une zone secondaire, constituée de l'ensemble de la province Nord<sup>27</sup>.
41. Lors de la consultation publique réalisée par l'Autorité, 68,24% des personnes interrogées ont déclaré acheter leurs vêtements et chaussures de sport, ainsi que leurs équipements de sport, à Nouméa plutôt qu'en Province Nord<sup>28</sup>. En outre, 61,68% des personnes interrogées ont déclaré avoir l'habitude d'effectuer plus de trois heures de route pour acheter ces produits.
42. Néanmoins, 92,13 % des personnes interrogées ont déclaré que l'ouverture d'un magasin sous l'enseigne « Décathlon » allait modifier leurs habitudes de consommation. En effet, 97,61 % des personnes interrogées ont déclaré qu'elles seraient désormais prêtes à effectuer un trajet compris entre 15 minutes et deux heures pour se rendre dans un magasin sous l'enseigne « Décathlon »<sup>29</sup>.
43. Dès lors, l'analyse de la présente opération a été menée sur une zone de chalandise correspondant à un trajet d'environ deux heures en voiture autour du magasin cible, ce qui correspondrait non seulement à la zone VKP mais aussi la majorité de la province Nord (à l'exception des communes de Kouaoua et Canala) et qui s'étendrait jusqu'à la commune de Bourail dans le sud sans qu'il soit nécessaire de diviser la zone de chalandise en deux zones.

---

<sup>25</sup> Voir la décision de l'Autorité n° 2020-DEC-07 précitée et l'arrêté n° 2017-443/GNC du 21 février 2017 relatif à la création et la mise en exploitation par la SARL Espace Import d'un commerce de détail d'une surface de vente de 777 m<sup>2</sup> à enseigne First Déco, situé à Nouméa ; et l'arrêté n° 2014- 2327/GNC du 9 septembre 2014 relatif à l'ouverture d'un magasin de commerce de détail sous enseigne « Villa » d'une surface de 600 m<sup>2</sup>.

<sup>26</sup> Voir la Lettre du ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi du 30 avril 2008, C2008-16 précitée, p. 3.

<sup>27</sup> Voir la page 17 du dossier de notification (annexe 1, cote 16).

<sup>28</sup> Voir la page 6 de la consultation publique (annexe 21, cote 274). \*Cette consultation publique centralise les réponses d'un échantillon constitué de 1 056 personnes, dont 81.53 % résident en Province Nord de la Nouvelle-Calédonie.

<sup>29</sup> Voir la page 10 de la consultation publique (annexe 21, cote 278).

## 2. Le marché aval de la distribution au détail d'équipements de sport

### a. Le marché de produits

44. S'agissant des équipements de sport, la pratique décisionnelle métropolitaine a considéré un marché de la commercialisation d'équipements de sport, quelle que soit l'activité sportive<sup>30</sup>.
45. L'Autorité, pour sa part, a considéré que s'agissant de l'offre proposée dans le Grand Nouméa, il convenait de distinguer la distribution au détail d'articles de sport en GSS de celle en GSA<sup>31</sup>.
46. Cependant, du fait du caractère restreint de l'offre en province Nord, la partie notifiante soutient que l'offre d'équipements de sport dans les GSA exerce une pression concurrentielle sur l'offre des circuits spécialisés dans la pratique sportive en général et des détaillants centrés sur un univers sportif<sup>32</sup>. Cette délimitation du marché de produits a été confirmée par la consultation publique et le test de marché réalisé au cours de l'instruction<sup>33</sup>.
47. Ainsi, l'analyse de la présente opération a été effectuée sur les marchés de la distribution au détail d'équipements de sport intégrant à la fois les GSS, qu'elles soient spécialisées dans un segment sportif particulier ou non, et les GSA dans les surfaces dédiées aux équipements de sport.

### b. Le marché géographique

48. Comme vu *supra*, dans le secteur du commerce de détail, la zone de chalandise est d'autant plus étendue que la taille du magasin est importante. De plus, la zone de chalandise peut être allongée selon que les produits vendus sont des produits de grande consommation ou des produits durables<sup>34</sup>.
49. En l'espèce, interrogés sur la question de savoir pour l'achat de quel type d'équipements de sport seraient-ils prêts à effectuer un aller-retour à Nouméa, 26,12 % des consommateurs résidant en province Nord interrogés ont répondu qu'ils seraient prêts à se déplacer à Nouméa pour l'achat d'équipements de sport d'un prix supérieur à 10 000 F.CFP<sup>35</sup>.
50. En outre, 33,86 % des consommateurs interrogés ont répondu que leur déplacement à Nouméa dépendait moins du prix du produit que du type de produit, en fonction de la disponibilité de ce dernier ou non en province Nord. Cela concerne, par exemple, les équipements de fitness, de cyclisme, les sports de raquette comme le tennis, les sports de ballon comme le football et le volleyball et le matériel de camping<sup>36</sup>.
51. Par conséquent, force est de constater que le magasin d'enseigne Décathlon vend des équipements de sport dont certains peuvent être qualifiés de biens durables. La zone de chalandise doit donc être étendue en conséquence.
52. Dès lors, pour les mêmes raisons liées à la modification des habitudes de consommation des habitants de la province Nord insufflée par l'ouverture d'un magasin d'enseigne Décathlon à Koné (voir *supra*), l'analyse de la présente opération a été menée sur une zone de chalandise

<sup>30</sup> Voir la Lettre du ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi du 30 avril 2008, C2008-16 précitée, p. 9.

<sup>31</sup> Voir la décision de l'Autorité n° 2020-DEC-08 précitée.

<sup>32</sup> Voir la page 28 du dossier de notification (annexe 1, cote 27).

<sup>33</sup> Voir la consultation publique (annexe 21, cotes 268 à 293) et la réponse de l'entreprise Koné quincaillerie au test de marchés (annexe 20, cote 263).

<sup>34</sup> Voir la décision de l'Autorité n° 2020-DEC-07 précitée, l'arrêté n° 2017-443/GNC du 21 février 2017 précité, situé à Nouméa ; et l'arrêté n° 2014-2327/GNC du 9 septembre 2014 relatif à l'ouverture d'un magasin de commerce de détail sous enseigne « Villa » d'une surface de 600 m<sup>2</sup>.

<sup>35</sup> Voir la page 8 de la consultation publique (annexe 21, cote 276).

<sup>36</sup> *Ibid.*

correspondant à un trajet d'environ deux heures en voiture autour du magasin cible, ce qui correspondrait à non seulement la zone VKP mais aussi la majorité de la province Nord (à l'exception des communes de Kouaoua et Canala) et qui s'étendrait jusqu'à la commune de Bourail dans le sud.

### III. Analyse concurrentielle

---

53. Conformément aux critères mentionnés au premier alinéa de l'article Lp. 432-4 du code de commerce, l'instruction doit permettre de déterminer : « *si [l']opération est de nature à porter atteinte à la concurrence, notamment par création ou renforcement d'une position dominante ou par création ou renforcement d'une puissance d'achat qui place les fournisseurs en situation de dépendance économique.* ».
54. Un chevauchement d'activités existe lorsque les entreprises concernées sont, soit présentes sur le(s) même(s) marché(s) concerné(s), soit actives sur des marchés situés à des stades différents de la chaîne de valeur (à l'amont ou à l'aval) ou sur des marchés connexes.
55. En l'espèce, l'analyse concurrentielle doit permettre d'apprécier les risques d'atteinte à la concurrence sur les marchés aval de la distribution au détail (A), et de vérifier si l'opération crée ou renforce une position dominante et les marchés de l'approvisionnement, afin de déterminer si l'opération crée ou renforce une puissance d'achat qui placerait les fournisseurs en situation de dépendance économique vis-à-vis des distributeurs (B)<sup>37</sup>.

#### A. Les effets horizontaux de l'opération sur les marchés avals

56. L'étude des effets horizontaux consiste à apprécier dans quelle mesure cette opération pourrait conduire à une hausse des prix (ou à une diminution des quantités) sur les marchés de la distribution au détail et *in fine* entraîner une perte de bien-être pour le consommateur.
57. Lorsque l'addition des parts de marché de la partie notificante sur les marchés concernés aboutit à des parts de marché inférieures à 25 %, il est présumé que l'opération ne porte pas atteinte à la concurrence.
58. En revanche, des parts de marché post-opération élevées, de l'ordre de 50 % et plus, peuvent faire présumer l'existence d'un pouvoir de marché important, étant précisé qu'une telle présomption peut toutefois être réfutée au motif que la part de marché n'est que l'un des facteurs susceptibles de conférer à une entreprise une position dominante<sup>38</sup>.

#### 1. Le marché aval de la distribution au détail de vêtements et de chaussures de sport

59. Pour rappel, compte tenu des spécificités du marché de la distribution au détail d'articles de sport en province Nord, des résultats des tests de marché réalisés et de la consultation publique à l'attention des consommateurs mentionnés *supra*, l'analyse concurrentielle porte sur une zone de chalandise de deux heures de déplacement en voiture autour du magasin Décathlon Koné.
60. L'analyse concurrentielle intègre les surfaces de vente des magasins spécialisés dans la vente de vêtements et chaussures de sport et les rayons dédiés à ces produits au sein des GSA.

---

<sup>37</sup> Voir la décision de l'Autorité n° 2021-DEC-04 du 20 avril 2021 relative à une extension de 175 m<sup>2</sup> de la surface de vente du magasin sous l'enseigne « As de Trèfle » situé au Quartier Latin à Nouméa.

<sup>38</sup> Voir la décision de l'Autorité n° 2022-DCC-05 du 10 novembre 2022 relative à l'acquisition du contrôle conjoint de la SARL Socifer et de la SARL Socabat par Messieurs Paul Halbedel (groupe Arbor) et Pierre-Hubert Cuenet (groupe P.H. Cuenet).

61. En l'espèce, la partie notifiante est actuellement la seule GSS de sport généraliste présente en province Nord, *via* le magasin Stop Affaires situé à Koné, dont les surfaces de vente seront réaffectées à l'issue de l'opération.
62. En effet, jusqu'à présent, le magasin Stop Affaires dédiait 262 m<sup>2</sup> de sa surface de vente à la distribution au détail de vêtements et de chaussures de sport. Cette surface sera réaffectée à la vente d'autres produits à l'issue de l'opération. Le magasin Décathlon Koné affectera quant à lui une surface de 840 m<sup>2</sup> à la vente de vêtements et de chaussures de sport.

**Tableau de répartition des parts de marché sur la zone de chalandise concernée**

Magasins	Avant l'opération		Après l'opération	
	Surface m <sup>2</sup>	PDM	Surface m <sup>2</sup>	PDM
<b>Décathlon Koné</b>	<b>0</b>	<b>0 %</b>	<b>840</b>	<b>82 %</b>
Stop Affaires Koné	262	61 %	0	0 %
<b>Total Groupe Ballande</b>	<b>262</b>	<b>61 %</b>	<b>840</b>	<b>82 %</b>
Run NC Koné	130	30 %	130	13 %
Quincaillerie Asinari Koumac	10	2 %	10	1 %
Le Fishing Shop Koumac	10	2 %	10	1 %
Le Fishing Shop Pouembout	10	2 %	10	1 %
Discount Téari	10	2 %	10	1 %
Discount Poindimié	5	1 %	5	0 %
Discount Bourail	5	1 %	5	0 %
<b>Total concurrents</b>	<b>180</b>	<b>38 %</b>	<b>180</b>	<b>17 %</b>
<b>TOTAL</b>	<b>442</b>	<b>100 %</b>	<b>1020</b>	<b>100 %</b>

*Source : Traitement de données ACNC*

63. A l'issue de l'opération, sur le marché aval de la distribution au détail de vêtements et de chaussures de sport, la part de marché totale de la partie notifiante augmenterait de 21 % sur la zone de chalandise concernée. Ainsi, elle serait de l'ordre de 82 % en surface de vente, contre 61 % avant l'opération.
64. Ainsi, la part de marché de la partie notifiante, déjà au-dessus du seuil de 50 % avant l'opération, augmente significativement à l'issue de celle-ci. L'opération a donc pour effet de renforcer sensiblement le pouvoir de marché du groupe Ballande dans la distribution au détail de vêtements et de chaussures de sport, en consolidant sa position dominante sur ce marché.
65. Lors du test de marché, les concurrents interrogés ont mis en avant leur crainte que l'ouverture de ce magasin impacte négativement leur propre activité et se traduise par une baisse de leur chiffre d'affaires<sup>39</sup>. Ils soulignent également le fait que de petits commerces spécialisés ne puissent pas rivaliser avec l'enseigne d'un grand groupe.
66. Néanmoins, l'ouverture d'un magasin d'enseigne Décathlon en province Nord présente un intérêt certain pour le consommateur. En effet, il ressort de la consultation publique que l'ouverture d'un magasin sous l'enseigne Décathlon est très attendue par la population interrogée, qui considère que l'opération est plutôt pro-concurrentielle en raison des prix pratiqués, de la variété de l'offre et de la qualité des produits de l'enseigne.
67. En effet, 95,14% des personnes interrogées considèrent que l'enseigne Décathlon propose des produits à un prix abordable, avec un bon rapport qualité/prix en Nouvelle-Calédonie. Ensuite, la majorité des personnes interrogées s'accordent à dire que l'ouverture de ce magasin pallierait l'absence de GSS sportive généraliste en province Nord<sup>40</sup>. La part de marché importante du

<sup>39</sup> Voir la réponse de l'entreprise Le Fishing shop au test de marché (annexe 19, cote 257).

<sup>40</sup> Voir la page 11 de la consultation publique (annexe 21, cote 279).

magasin est également expliquée par le nombre très réduit de commerces de détail vendant des articles de sport en province Nord et le caractère réduit de leurs surfaces de vente dédiées à ces produits.

68. De plus, la partie notifiante souligne le fait que l'opération en cause créerait seize nouveaux emplois à Koné et que l'ouverture de ce magasin dynamisera le commerce de détail des vêtements et chaussures de sport dans la zone, en diversifiant l'offre de produits à destination des consommateurs du Nord.
69. Néanmoins, malgré les aspects pro-concurrentiels de l'opération, il y a lieu d'estimer que celle-ci comporte tout de même un risque d'effets horizontaux du fait de la part de marché importante de la partie notifiante. Ces risques sont doublement renforcés par la notoriété de l'enseigne et le faible nombre d'opérateurs pouvant la concurrencer.
70. En situation de position dominante, le nouveau magasin Décathlon Koné pourrait augmenter ses prix sur le marché de la vente au détail de chaussures et vêtements de sport dans la zone de chalandise considérée et/ou limiter le développement de la concurrence actuelle ou potentielle.
71. Pour lever ces préoccupations de concurrence, la partie notifiante a proposé par conséquent des engagements (voir *infra*).

## 2. Le marché aval de la distribution au détail d'équipements de sport

72. Comme pour le marché des vêtements et chaussures de sport, la zone de chalandise considérée pour le marché de la distribution au détail d'équipements de sport est délimitée dans un périmètre de deux heures de déplacement en voiture autour du magasin Décathlon Koné.
73. L'analyse concurrentielle intègre les surfaces de vente des magasins spécialisés dans la vente d'équipements de sport et les rayons dédiés à ces produits au sein des GSA.
74. La partie notifiante est également la seule GSS sportive généraliste actuellement présente sur le marché de la distribution d'équipements de sport *via* le magasin Stop Affaires situé à Koné, dont les surfaces de vente seront réaffectées à l'issue de l'opération.
75. En effet, le magasin Stop Affaires dédiait jusqu'alors 112 m<sup>2</sup> de sa surface de vente à la vente d'équipements de sport, surface qui sera réaffectée à la vente d'autres produits à l'issue de l'opération. Le magasin d'enseigne Décathlon affectera quant à lui une surface de 360 m<sup>2</sup> à la vente d'équipements de sport. Les autres commerces de détail commercialisant des équipements de sport sont davantage spécialisés dans un univers sportif particulier, comme le Fishing Shop, spécialisé dans la pêche et la chasse sous-marine.

**Tableau de répartition des parts de marché sur la zone de chalandise concernée**

Magasins	Avant l'opération		Après l'opération	
	Surface m <sup>2</sup>	PDM	Surface m <sup>2</sup>	PDM
<b>Décathlon Koné</b>	<b>0</b>	<b>0 %</b>	<b>360</b>	<b>68 %</b>
Stop Affaires Koné	112	41 %	0	0 %
<b>Total Groupe Ballande</b>	<b>112</b>	<b>40 %</b>	<b>360</b>	<b>68 %</b>
Le Fishing Shop Pouembout	50	18 %	50	10 %
Le Fishing Shop Koumac	40	15 %	40	8 %
Run NC	20	7 %	20	4 %
Koné Quincaillerie	20	7 %	20	4 %
Discount Téari	10	4 %	10	2 %
La Cabane du Chasseur Koumac	10	4 %	10	2 %
Quincaillerie Asinari Koumac	10	4 %	10	2 %

Discount Poindimié	5	2 %	5	1 %
Discount Bourail	5	2 %	5	1 %
<b>Total concurrents</b>	<b>170</b>	<b>59 %</b>	<b>170</b>	<b>31 %</b>
<b>TOTAL</b>	<b>282</b>	<b>100,0%</b>	<b>530</b>	<b>100,0%</b>

*Source : Traitement de données ACNC*

76. A l'issue de l'opération, sur le marché aval de la distribution au détail des équipements de sport, la part de marché totale de la partie notifiante augmenterait de 28 % sur la zone de chalandise concernée. Ainsi, elle serait de l'ordre de 68 % en surface de vente, contre 40 % avant l'opération.
77. La part de marché de la partie notifiante, en dessous du seuil de 50 % avant l'opération, augmentera significativement à l'issue de celle-ci. L'opération a donc pour effet de renforcer sensiblement le pouvoir de marché du groupe Ballande sur le marché aval de la distribution au détail d'équipements de sport, en consolidant sa position dominante sur ce marché.
78. Comme vu *supra*, les concurrents interrogés lors du test de marché craignent que l'ouverture de ce magasin impacte négativement leur propre activité et se traduise par une baisse de leur chiffre d'affaires<sup>41</sup>. Une partie des concurrents est défavorable à l'opération, au motif qu'elle risque de mettre en péril les petits commerces de détail spécialisés dans une pratique sportive.
79. Néanmoins, l'importance de risques horizontaux vis-à-vis des commerces spécialisés dans un univers sportif doit être relativisée. En effet, les produits vendus par l'enseigne Décathlon sont généralistes, de telle sorte que des consommateurs ayant des besoins spécifiques dans une pratique sportive particulière continueront à s'équiper dans ces enseignes plus spécialisées.
80. De plus, l'ouverture d'un magasin d'enseigne Décathlon en province Nord présente un intérêt certain pour le consommateur. En effet, il ressort de la consultation publique que l'ouverture d'un magasin sous l'enseigne Décathlon est très attendue par la population interrogée, qui considère que l'opération est plutôt pro-concurrentielle en raison des prix pratiqués, de la variété de l'offre et de la qualité des produits de l'enseigne.
81. En effet, 95,14% des personnes interrogées considèrent que l'enseigne Décathlon propose des produits à un prix abordable, avec un bon rapport qualité/prix en Nouvelle-Calédonie. Ensuite, la majorité des personnes interrogées s'accordent à dire que l'ouverture de ce magasin pallierait l'absence de GSS sportive généraliste en province Nord<sup>42</sup>. La part de marché importante du magasin est également expliquée par le nombre très réduit de commerces de détail vendant des articles de sport en province Nord et le caractère réduit de leurs surfaces de vente dédiées à ces produits.
82. Enfin, la partie notifiante souligne le fait que l'opération en cause créerait seize nouveaux emplois à Koné et que l'ouverture de ce magasin dynamisera le commerce de détail des vêtements et chaussures de sport dans la zone, en diversifiant l'offre de produits à destination des consommateurs du Nord.
83. Cependant, malgré les aspects pro-concurrentiels de l'opération, il y a lieu d'estimer que celle-ci comporte tout de même un risque d'effets horizontaux du fait de la part de marché importante de la partie notifiante. Ces risques sont doublement renforcés par la notoriété de l'enseigne et le faible nombre d'opérateurs pouvant la concurrencer.

<sup>41</sup> Voir la réponse de l'entreprise Le Fishing shop au test de marché (annexe 19, cote 257).

<sup>42</sup> Voir la page 11 de la consultation publique (annexe 21, cote 279).

84. En situation de position dominante, le nouveau magasin Décathlon Koné pourrait augmenter ses prix sur le marché de la vente au détail de chaussures et vêtements de sport dans la zone de chalandise considérée et/ou limiter le développement de la concurrence actuelle ou potentielle.
85. Pour lever ces préoccupations de concurrence, la partie notifiante a proposé par conséquent des engagements (voir *infra*).

### ***B. Les effets horizontaux de l'opération sur le marché amont***

86. Sur le marché amont de l'approvisionnement en articles de sport, la partie notifiante est présente en tant qu'acheteur avec ses magasins Décathlon Dumbéa et Stop Affaires, et, à l'issue de l'opération, avec son magasin Décathlon Koné.
87. Comme vu *supra*, l'approvisionnement des magasins Décathlon est majoritairement réalisé auprès de la centrale d'achat Décathlon en France métropolitaine ([70-80] % pour le Décathlon Dumbéa). Cet approvisionnement sera équivalent pour le magasin Décathlon Koné<sup>43</sup>.
88. De plus, le contrat de franchise permet à la partie notifiante de se fournir pour [*confidentiel*] % de son chiffre d'affaires en dehors des marques en propre Décathlon. Cette partie de l'approvisionnement ([20-30] % pour le Décathlon Dumbéa), est réalisée auprès de fournisseurs internationaux, auprès desquels le groupe Ballande, en tant qu'acheteur, représente moins de 1 % du volume des ventes<sup>44</sup>.
89. Au vu de ce qui précède, l'opération envisagée n'est pas de nature à créer une puissance d'achat significative vis-à-vis de la centrale d'achat nationale d'une part, et des autres fournisseurs d'autre part.
90. Par conséquent, le risque d'atteinte au fonctionnement de la concurrence sur les marchés de l'approvisionnement en articles de sport à l'issue de l'opération peut raisonnablement être écarté.

## **IV. Les engagements proposés**

---

91. Afin de remédier aux risques d'atteinte à la concurrence identifiés *supra*, la partie notifiante a déposé une proposition d'engagement le 28 février 2023.

### ***A. Les principes d'appréciation des engagements***

92. Les engagements de la partie notifiante destinés à remédier aux atteintes à la concurrence résultant de l'opération notifiée doivent être conformes aux critères généraux définis par la pratique décisionnelle et la jurisprudence afin d'être jugés aptes à assurer une concurrence suffisante, conformément aux dispositions du II de l'article Lp. 432-3 du code de commerce.
93. Ainsi, conformément à la pratique décisionnelle de l'Autorité, ces engagements doivent être efficaces en permettant pleinement de remédier aux atteintes identifiées à la concurrence<sup>45</sup>.
94. A cette fin, leur mise en œuvre ne doit pas soulever de doute, ce qui implique qu'ils soient rédigés de manière suffisamment précise et que les modalités opérationnelles pour les réaliser soient suffisamment détaillées<sup>46</sup>.

---

<sup>43</sup> Voir la page 12 du dossier de notification (annexe 1, cote 13).

<sup>44</sup> *Ibid.*

<sup>45</sup> Voir par exemple la décision de l'Autorité n° 2019-DCC-06 du 25 novembre 2019 relative à la prise de contrôle exclusif négatif de la société Katirama Explosif SAS par la société Titanobel SAS.

<sup>46</sup> *Ibid.*

95. Leur mise en œuvre doit également être rapide, la concurrence n'étant pas préservée tant qu'ils ne sont pas réalisés. Ils doivent, en outre, être contrôlables.
96. Enfin, l'Autorité doit veiller à ce que les mesures correctives soient neutres, au sens où elles doivent viser à protéger la concurrence en tant que telle et non des concurrents spécifiques, et à ce qu'elles soient proportionnées, dans la mesure où elles doivent être nécessaires pour maintenir ou rétablir une concurrence suffisante.
97. Les autorités de concurrence recherchent généralement des mesures structurelles qui visent à garantir des structures de marché compétitives par des cessions d'activités ou d'actifs à un acquéreur approprié susceptible d'exercer une concurrence réelle, ou l'élimination de liens capitalistiques entre concurrents.
98. Toutefois, eu égard à l'objectif de neutralité des mesures correctives, rien ne s'oppose à ce que des remèdes de nature comportementale soient acceptés s'ils apparaissent, au cas d'espèce, plus appropriés pour compenser certaines des atteintes à la concurrence identifiées, pour autant que ces engagements soient définis de manière à garantir leur efficacité et leur contrôlabilité.
99. Il est en particulier impératif que l'efficacité des mesures comportementales dans la présente opération ne puisse dépendre de la seule diligence et bonne foi de la partie notifiante.

## ***B. Les engagements proposés par la société Ballande et leur appréciation***

100. Compte tenu des préoccupations de concurrence soulevées au cours de l'instruction, la partie notifiante a proposé des engagements le 28 février 2023, en vue d'obtenir une décision d'autorisation fondée sur l'article Lp. 432-3 du code de commerce<sup>47</sup>.

### **1. Les engagements proposés**

101. Comme vu *supra*, l'Autorité a identifié de potentiels effets horizontaux à l'issue de l'opération sur les marchés de la distribution au détail d'articles de sport : à la fois sur le segment de la vente de vêtements et de chaussures de sport, que sur le segment de la vente d'équipements de sport.
102. Ces risques d'effets horizontaux sont liés aux parts de marché importantes de la partie notifiante sur ces marchés à l'issue de l'opération (83 % sur le marché de la vente de vêtements et de chaussures de sports et 69 % sur le marché de la vente d'équipements de sport).
103. Ces risques sont également liés au faible nombre d'opérateurs pouvant concurrencer la nouvelle entité sur la zone de chalandise considérée.
104. Afin de prévenir ces risques, la société Ballande a proposé deux types d'engagements : la mise en place d'une politique tarifaire non moins favorable entre le magasin sous l'enseigne « Décathlon » situé à Dumbéa et celui de Koné, ainsi que l'engagement de ne pas réaliser des actes visant à dissuader l'implantation de nouveaux concurrents sur les marchés concernés par l'opération.

#### ***a. La proposition d'engagements relatifs à la politique tarifaire non moins favorable entre le Décathlon de Dumbéa et celui de Koné***

105. La partie notifiante s'engage à appliquer une politique tarifaire non moins favorable entre son établissement situé à Dumbéa et celui de Koné<sup>48</sup>.

---

<sup>47</sup> Voir la proposition d'engagements formulée par la partie notifiante (annexe 23, cotes 298, 299).

<sup>48</sup> *Ibid*

106. La société Ballande SAS s'engage ainsi à ne pas pratiquer pour l'ensemble des produits commercialisés dans le magasin Décathlon situé à Koné des prix de vente au consommateur qui seraient supérieurs à ceux pratiqués par le magasin Décathlon situé à Dumbéa (hors opérations commerciales spécifiques).
107. Cet engagement est proposé pour une durée de cinq ans, le cas échéant renouvelable à l'issue d'une nouvelle analyse concurrentielle. L'engagement prendra effet à compter de la mise en exploitation du magasin Décathlon Koné<sup>49</sup>.

***b. La proposition d'engagements de ne pas réaliser des actes de dissuasion à l'implantation de nouveaux concurrents sur les marchés concernés***

108. La société Ballande SAS s'engage à ne pas réaliser des actes visant à dissuader l'implantation de nouveaux concurrents sur les marchés concernés par l'opération, tels que des recours ou saisines à l'encontre d'autorisations d'urbanisme ou auprès d'autorités administratives dans un but uniquement dilatoire, des campagnes de dénigrement d'un concurrent potentiel ou tout autre moyen qui constituerait une barrière à l'entrée sur les marchés concernés<sup>50</sup>.
109. Cet engagement est proposé pour une durée de cinq ans, le cas échéant renouvelable à l'issue d'une nouvelle analyse concurrentielle. L'engagement prendra effet à compter de la mise en exploitation du magasin Décathlon Koné<sup>51</sup>.

**2. La mise en œuvre des engagements proposés**

110. Afin de faciliter la mise en œuvre du premier engagement proposé, la partie notifiante s'engage à afficher en temps réel sur le site de e-commerce de l'enseigne les prix pratiqués pour l'ensemble de la Nouvelle-Calédonie et à communiquer à l'Autorité, une fois par an, les adresses des pages uniques ayant servi à annoncer des opérations commerciales au cours de l'année passée.<sup>52</sup>
111. Afin de faciliter la contrôlabilité du second engagement proposé, la partie notifiante s'engage à transmettre à l'Autorité tous les documents nécessaires pour effectuer un contrôle, en cas de réclamation d'un concurrent auprès d'elle pour non-respect de cet engagement.

**3. Appréciation des engagements proposés**

***a. La proposition d'engagements relatifs à la politique tarifaire non moins favorable entre le Décathlon de Dumbéa et celui de Koné***

112. L'Autorité de la concurrence métropolitaine rappelle que les engagements proposés doivent être proportionnés aux risques identifiés au cours de l'instruction et qu'ils n'ont pas « *vocation à accroître le degré de concurrence qui existait sur un marché avant l'opération de concentration* »<sup>53</sup>.
113. En l'espèce, le premier engagement permet de s'assurer que, pendant les cinq ans suivant la mise en exploitation du magasin Décathlon Koné, ce dernier bénéficiera de la même politique tarifaire que le magasin Décathlon situé à Dumbéa.
114. Cet engagement permettrait d'écarter le risque d'effets horizontaux sur les marchés de la distribution d'articles de sport, conduisant à une hausse des prix des produits en raison du

---

<sup>49</sup> *Ibidem*.

<sup>50</sup> Voir la proposition d'engagements formulée par la partie notifiante (annexe 23, cotes 298, 299).

<sup>51</sup> *Ibidem*.

<sup>52</sup> Décision modifiée par décision n°2023-REM-02 du 6 mars 2023 dont copie est annexée à la présente.

<sup>53</sup> Voir le §354 des lignes directrices de l'Autorité de la concurrence métropolitaine 2020.

pouvoir de marché de la partie notifiante, puisque les prix pratiqués dans le magasin Décathlon de Koné ne pourront être supérieurs à ceux pratiqués dans le magasin Décathlon de Dumbéa.

115. Or, la pression concurrentielle dans la zone du Grand Nouméa, apparaît suffisante pour écarter le risque d'effets horizontaux, à la fois sur le marché de la vente au détail de vêtements et de chaussures de sport que sur le marché de la vente au détail d'équipements de sport.
116. En premier lieu, s'agissant du marché de la vente au détail de vêtements et de chaussures de sport, il existe à Nouméa de nombreux commerces de détail généralistes ou spécialisés dans le textile sportif ou bien dans un univers sportif particulier, qui vendent ces produits :

*Liste des magasins vendant des chaussures et des vêtements de sport dans le Grand Nouméa*

Magasin	Adresse
<b>Team Sport</b>	18 rue du Général Mangin, Nouméa
<b>Marine Corail</b>	26 rue du Général Mangin, Nouméa
<b>Ozone Sport</b>	16 rue Anatole France, Nouméa
<b>C Sport</b>	rue d'Austerlitz, Nouméa
<b>Zylyz</b>	25 avenue du Maréchal Foch, Nouméa
<b>Hot Spot</b>	55 rue de Sébastopol, Nouméa
<b>Terre de running</b>	79 rue Sébastopol, Nouméa
<b>Bernic Sport</b>	58 rue de Sébastopol, Nouméa
<b>Boardriders</b>	153 route de l'Anse Vata, Nouméa
<b>Campus</b>	149 route de l'Anse Vata, Nouméa
<b>Seasport</b>	route de l'Anse Vata, Nouméa
<b>Lorna Jane</b>	Promenade Roger Laroque, Nouméa
<b>Endurance Shop</b>	127 Promenade Roger Laroque, Nouméa
<b>Vakarm Nouméa Surfshop</b>	31, résidence Le Montreux, route du Vélodrome, Nouméa
<b>Free Ride</b>	158 rue Auguste Bénébig, Nouméa
<b>La Licorne</b>	6 rue Martial Danton, Nouméa
<b>Nike Store</b>	1 Boulevard du Rail Calédonien, Dumbéa
<b>Outsport</b>	Usine center rue Berthelot, Nouméa

117. Ainsi, même si le magasin Décathlon Dumbéa est la seule GSS dans la distribution d'articles de sport à Nouméa, elle est concurrencée par de nombreux magasins spécialisés qui commercialisent du textile et des chaussures de sport.
118. La concurrence exercée entre ces produits est à la fois inter-marque, entre les marques propres vendues par Décathlon et les autres marques, mais également intramarque pour les produits vendus par l'enseigne Décathlon en dehors de ses marques en propre.
119. Dès lors, l'existence de nombreux commerces de détail sur le marché considéré diminue largement le risque d'adoption, par le magasin Décathlon Dumbéa, de comportements unilatéraux lui donnant le pouvoir de faire obstacle au maintien d'une concurrence effective sur le marché de la distribution au détail de vêtements et de chaussures de sport.
120. En second lieu, s'agissant du marché de la vente au détail d'équipements de sport, il existe également de nombreux commerces de détail, davantage spécialisés dans un univers sportif spécifique :

*Liste des magasins vendant équipements de sport dans le Grand Nouméa*

Magasin	Adresse
<b>Univers running, trail, natation et outdoor</b>	
<b>Endurance Shop</b>	127 Promenade Roger Laroque, Nouméa
<b>Terre de running</b>	79 rue Sébastopol, Nouméa
<b>Outsport</b>	Usine center rue Berthelot, Nouméa
<b>Escape New Caledonia</b>	96 avenue du Général de Gaulle, Nouméa
<b>Univers des sports de glisse et nautiques</b>	
<b>Xm Sports</b>	90 rue de l'Anse Vata, Nouméa
<b>Kitesurf Attitude</b>	1 Edouard Glasser, Nouméa
<b>Vakarm Nouméa Surfshop</b>	31, résidence Le Montreux, route du Vélodrome, Nouméa
<b>Free Ride</b>	158 rue Auguste Bénébig, Nouméa
<b>Planète Reef Surf Shop</b>	rue Auguste Bénébig, Nouméa
<b>Univers des sports équestres</b>	
<b>Cheval Distribution</b>	185 rue Jacques Iékawé, Nouméa
<b>Univers des sports de pêche et de plongée sous-marine</b>	
<b>Marine Corail</b>	26 rue du Général Mangin, Nouméa
<b>Le Grand Bleu</b>	36 rue du Général Gallieni, Nouméa
<b>Equinoxe Marine</b>	2 Boulevard extérieur, Nouméa
<b>Scuba Loisir</b>	Boulevard extérieur, Nouméa
<b>Scuba Loisir Ducos</b>	31 route de la Baie des Dames, Nouméa
<b>Marine Corail Ducos</b>	route de la Baie des Dames, Nouméa
<b>Fred Custom Shop</b>	rue des Frères Guepuy, Nouméa
<b>L'Agachon</b>	10 rue Ampère, Nouméa
<b>Marine Corail Plaisance</b>	6 rue du Capitaine Bois, Nouméa
<b>Univers des sports cyclistes</b>	
<b>La Maison du vélo</b>	5 avenue Michel-Ange, Nouméa
<b>ProBike</b>	154 route de l'Anse Vata, Nouméa
<b>Vélo plus</b>	109 rue Auguste Bénébig, Nouméa
<b>New Cycle</b>	7 rue Faidherbe, Nouméa
<b>Univers du fitness</b>	
<b>Impact Wave</b>	8 rue Jean Banuelos, Nouméa
<b>Tactical Equipement et Sport</b>	route de la Baie des Dames, Ducos

121. Ainsi, même si le magasin Décathlon Dumbéa est la seule GSS dans la distribution d'équipements de sport à Nouméa, la multitude de commerces spécialisés dans des segments de marché correspondant à un univers sportif spécifique suffirait à maintenir une concurrence effective sur les éventuels différents sous-segments du marché aval de la distribution au détail d'équipements de sport.
122. L'engagement visant à s'assurer que le Décathlon de Koné bénéficie de la même politique tarifaire que le Décathlon de Dumbéa permet donc d'écarter les risques d'effets horizontaux sur les marchés considérés en province Nord.

123. Cet engagement est clair, précis et ne soulève pas de doute quant à sa mise en œuvre. Il permettra d'éviter que la société Ballande puisse augmenter ses prix sur les articles de sport sur la zone de chalandise identifiée de manière unilatérale.

***b. La proposition d'engagements de ne pas réaliser des actes de dissuasion à l'implantation de nouveaux concurrents sur les marchés concernés***

124. Le deuxième engagement vise à écarter le risque que la société Ballande mette en place des barrières à l'entrée, se manifestant par des saisines judiciaires ou administratives à des fins dilatoires, à l'encontre de nouveaux entrants sur le marché de la distribution au détail d'articles de sport dans la zone de chalandise concernée, pour étendre ou renforcer sa position dominante.

125. Cet engagement est clair, précis et ne soulève pas de doute quant à sa mise en œuvre.

## **Conclusion**

---

126. Il résulte de ce qui précède que l'opération consistant en la mise en exploitation d'un magasin sous l enseigne « Décathlon » d'une surface de 1200 m<sup>2</sup> à Koné n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence, sous réserve de la réalisation effective des engagements pris par la partie notifiante, et peut être autorisée.

## **DECISION**

**Article 1<sup>er</sup>** : L'opération notifiée sous le numéro 22-0026EC est autorisée sous réserve des engagements décrits ci-dessus et annexés à la présente décision.

**Article 2** : Conformément à l'article Lp. 465-1 du code de commerce, la présente décision occultée des secrets d'affaires sera publiée sur le site internet de l'Autorité de la concurrence de Nouvelle-Calédonie.

Le vice-président

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Stoltz', written over a horizontal line.

Jean-Michel Stoltz



Autorité de la Concurrence  
de la Nouvelle-Calédonie

**Décision n° 23-REM-02 du 6 mars 2023  
de rectification d'erreur matérielle**

L'Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie,

Vu la saisine, enregistrée sous le numéro 22/0026EC le 20 décembre 2022 par laquelle la société Ballande SAS a notifié la mise en exploitation d'un magasin sous l'enseigne « Décathlon » d'une surface de 1200 m<sup>2</sup> à Koné ;

Vu la loi organique modifiée n° 99-209 du 19 mars 1999 relative à la Nouvelle-Calédonie ;

Vu la loi du pays n° 2014-12 du 24 avril 2014 portant création de l'Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie et modifiant le livre IV de la partie législative du code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie (ci-après « le code de commerce ») ;

Vu le code de commerce ;

Vu l'article 75 du règlement intérieur de l'Autorité de la Concurrence de la Nouvelle-Calédonie ;

Vu la décision de l'Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie n° 2023-DEC-04 du 1<sup>er</sup> mars 2023 ;

Vu le courriel du 3 mars 2023 de Me Virginie Coursière-Pluntz, conseil de la société Ballande SAS ;

La décision de l'Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie n° 2023-DEC-04 du 1<sup>er</sup> mars 2023 comporte deux erreurs matérielles.

En effet, la date de notification du dossier à l'Autorité est le 20 décembre 2022 et non le 16 décembre 2023.

En outre, au point 110, celle-ci note que : « *Afin de faciliter la mise en œuvre du premier engagement proposé, la partie notifiante s'engage à transmettre une fois par an à l'Autorité une copie des grilles tarifaires des magasins Décathlon Dumbéa et Décathlon Koné.* »

Alors que la société s'engage à afficher en temps réel sur le site de e-commerce de l'enseigne les prix pratiqués pour l'ensemble de la Nouvelle-Calédonie et à communiquer à l'Autorité, une fois par an, les adresses des pages uniques ayant servi à annoncer des opérations commerciales au cours de l'année passée ;

Il convient donc de rectifier la décision n° 2023-DEC-04 du 1<sup>er</sup> mars 2023 en ce sens.

## DÉCIDE

**Article 1<sup>er</sup>** : La décision de l'Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie n°2023-DEC-04 du 1<sup>er</sup> mars 2023, est rectifiée en ce sens : le dossier de notification a été adressé complet à l'Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie le 20 décembre 2022.

**Article 2** : La décision de l'Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie n°2023-DEC-04 du 1<sup>er</sup> mars 2023, est rectifiée en ce sens que : « *Afin de faciliter la mise en œuvre du premier engagement proposé, la partie notifiante s'engage à afficher en temps réel sur le site de e-commerce de l'enseigne les prix pratiqués pour l'ensemble de la Nouvelle-Calédonie et à communiquer à l'Autorité, une fois par an, les adresses des pages uniques ayant servi à annoncer des opérations commerciales au cours de l'année passée.* »

**Article 3** : Copie de la présente décision sera annexée à la décision de l'Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie n°2023-DEC-04 du 1<sup>er</sup> mars 2023 ;

La Vice-Présidente de l'Autorité de la  
concurrence,



Nadège Meyer

**BALLANDE SAS**  
**SAS au capital de 945.000.000 XPF**  
**Siège social : 20 rue Jean-Baptiste DEZARNAULDS – 98800 NOUMEA**  
**RCS Nouvelle-Calédonie : 326 785**  
**Tél : 23.02.95**

**ENGAGEMENTS DE LA SOCIÉTÉ BALLANDE SAS**  
**DANS LE CADRE DE LA NOTIFICATION DE L'OUVERTURE D'UN COMMERCE DE DÉTAIL**  
**SOUS L'ENSEIGNE DECATHLON D'UNE SURFACE DE 1200 m<sup>2</sup> À KONÉ**

Par un dossier déposé le 20 décembre 2022, la société BALLANDE SAS a notifié à l'Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie (ci-après « l'Autorité ») le projet de mise en exploitation d'un commerce de détail sous l'enseigne DECATHLON, d'une surface de vente de 1200 m<sup>2</sup>, situé sur la commune de Koné (ci-après « le Projet DECATHLON Koné »).

Afin de garantir que la mise en exploitation du nouveau magasin DECATHLON ne résultera pas dans des prix élevés pour les consommateurs de la Province Nord et qu'une concurrence pourra se développer dans la zone de chalandise du magasin, la société BALLANDE SAS prend par la présente deux engagements distincts, détaillés ci-après.

À défaut de mise en exploitation ou si l'Autorité décidait d'engager un examen approfondi du Projet DECATHLON Koné, les engagements proposés seraient caducs et n'auraient dès lors pas à être mis en œuvre.

Ces engagements seront interprétés à la lumière de la décision de l'Autorité, pour autant qu'ils constituent des conditions et obligations qui y sont attachées, et en référence aux dispositions Lp. 432-1 et suivant du Code de commerce de Nouvelle-Calédonie.

**A. Engagements pris par la société BALLANDE SAS**

Les engagements pris pour le compte de la société BALLANDE SAS sont les suivants :

• **Engagement n° 1 :**

La société BALLANDE SAS s'engage à ne pas pratiquer pour l'ensemble des produits commercialisés dans le magasin DECATHLON situé à Koné des prix de vente aux consommateurs qui seraient supérieurs à ceux pratiqués par le magasin DECATHLON situé à Dumbéa (hors opérations commerciales spécifiques).

Les prix pratiqués sont amenés à varier au cours de l'année mais seront visibles en temps réel sur le site de e-commerce de l'enseigne pour la Nouvelle-Calédonie (<https://decathlon.nc/>) : ils seront valables sur l'ensemble du territoire.

Les opérations commerciales de l'enseigne DECATHLON (hors opérations commerciales spécifiques) seront communiquées sur des pages Facebook publiques uniques pour tous les magasins du Territoire.

Aux fins du contrôle de l'engagement n° 1, BALLANDE SAS s'engage à communiquer à l'ACNC, une fois par an, les adresses des pages uniques ayant servi à annoncer des opérations commerciales au cours de l'année passée.

Cet engagement est pris pour une durée de cinq ans, le cas échéant renouvelable à l'issue d'une nouvelle analyse concurrentielle. Il prendra effet à compter de la mise en exploitation du magasin DECATHLON de Koné.

- **Engagement n° 2 :**

La société BALLANDE SAS s'engage à ne pas réaliser des actes visant à dissuader l'implantation de nouveaux concurrents sur les marchés concernés par l'opération, tels que des recours ou saisines à l'encontre d'autorisations d'urbanisme ou auprès d'autorités administratives dans un but uniquement dilatoire, des campagnes de dénigrement d'un concurrent potentiel ou tout autre moyen qui constituerait une barrière à l'entrée sur les marchés concernés.

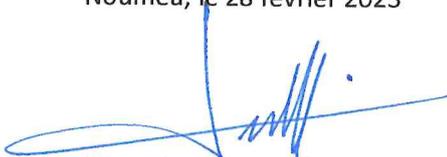
En cas de réclamation d'un concurrent auprès de l'Autorité pour non-respect de cet engagement, la société BALLANDE SAS s'engage à transmettre à l'Autorité tous les éléments qui seraient nécessaires à l'Autorité dans le cadre d'un contrôle.

Cet engagement est pris pour une durée de cinq ans, le cas échéant renouvelable à l'issue d'une nouvelle analyse concurrentielle. Il prendra effet à compter de la mise en exploitation du magasin DECATHLON de Koné.

**B - Clause de réexamen**

L'Autorité pourra, de sa propre initiative ou en réponse à une demande écrite de la société BALLANDE SAS, exposant des motifs légitimes, lever, modifier ou remplacer, un ou plusieurs Engagements, si les circonstances de droit ou de fait prises en compte à l'occasion de l'examen de l'opération venaient à être modifiées de manière significative, au point de remettre en cause l'analyse concurrentielle sur le marché concerné et donc la nécessité des engagements.

Nouméa, le 28 février 2023



Sébastien TRUFFIER-BLANC

Président de BALLANDE SAS

**Ballande**

SAS au capital de 945.000.000 XPF  
20, rue Jean-Baptiste DEZARNAULDS  
CENTRE VILLE  
BP. R5 - 98851 Nouméa  
RCS B 326785 - Ridet : 326785.0.