

## Les procédures négociées

### Les engagements en matière de concurrence

#### La pratique décisionnelle de l'Autorité

##### Plateformes de réservation hôtelière en ligne

Test de marché du 15 décembre 2014

**Dans le cadre de l'instruction des saisines déposées par les principaux syndicats hôteliers français, Booking.com a transmis à l'Autorité une proposition d'engagements visant à limiter le champ d'application des clauses de parité tarifaire aux seuls canaux de distribution directs des hébergements**

**L'Autorité de la concurrence les publie sur son site à l'attention des tiers potentiellement intéressés.**

L'Autorité de la concurrence dispose de la faculté, en application du I de l'article L. 464-2 du code de commerce, d' « accepter des engagements proposés par les entreprises ou organismes de nature à mettre un terme à ses préoccupations de concurrence susceptibles de constituer des pratiques prohibées visées aux articles L. 420-1, L. 420-2 et L. 420-5 » selon les modalités fixées par l'article R. 464-2 du même code.

Par courriers datés du 3, 26 juillet et 1er octobre 2013, enregistrés sous les numéros de saisine 13/0045F et 13/0071F, les principaux syndicats hôteliers français (soit l'Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie – l'UMIH, le Groupement National des Chaînes Hôtelières – le GNC, la Confédération des Professionnels Indépendants de l'Hôtellerie - la CPIH, le Syndicat National des Hôteliers, Restaurateurs, Cafetiers et Traiteurs – le SYNHORCAT et la Fédération Autonome Générale de l'Industrie Hôtelière Touristique – la FAGIHT), ont saisi l'Autorité de la concurrence de pratiques mises en œuvre par les principales plateformes de réservation hôtelière, dont le groupe Booking.com, à l'encontre des établissements hôteliers.

Les parties saisissantes leur reprochent notamment d'imposer aux hôteliers des clauses contractuelles dites « de parité », en vertu desquelles les plateformes exigent des hôteliers de bénéficier d'un tarif, d'un nombre de nuitées et de conditions d'offre (conditions de réservation, inclusion ou non du petit-déjeuner, etc.) au moins aussi avantageux que ceux proposés sur les plateformes concurrentes ainsi que sur l'ensemble des autres canaux de distribution (en ligne et hors ligne), parmi lesquels les canaux de distribution propres à l'hôtel (site internet, téléphone, e-mail, comptoir de l'hôtel, etc.).

Booking.com s'est rapproché des services d'instruction afin d'envisager le traitement de cette affaire par la voie d'une procédure d'engagements.

**Le secteur de la réservation hôtelière**

Première destination touristique mondiale pour le nombre de séjours de touristes internationaux, la France compte environ 17 000 hôtels réalisant un chiffre d'affaires de près de 16 milliards d'euros.

La distribution de nuitées sur internet a connu un essor remarquable au cours de la dernière décennie, à tel point qu'aujourd'hui, la quasi-totalité de la clientèle hôtelière utilise ce canal pour rechercher un hôtel. En Europe, les plateformes de réservation hôtelières représentent le principal canal de réservations en ligne, soit environ 70% des réservations d'hôtels en ligne.

Booking.com est susceptible de détenir une position dominante sur le marché concerné.

### **Les clauses de parité**

A l'instar de l'ensemble des plateformes de réservation hôtelières qui ont des liens contractuels directs avec les hôtels, Booking.com soumet ses hébergements partenaires à des clauses de parité tarifaire, de disponibilités et de conditions telles que décrites supra.

Selon Booking.com, la clause de parité viserait à limiter le parasitisme, garantir le meilleur prix et réduire les coûts de recherche pour les internautes et enfin, limiter les distorsions de concurrence entre les grands hôtels et les petits hôtels.

Par ailleurs, Booking.com s'assure du respect de ces clauses par les hôteliers au moyen de divers mécanismes contractuels et comportementaux.

### **Les préoccupations de concurrence exprimées**

Les clauses de parité visées par la présente procédure apparaissent de nature à produire deux principaux types d'effets anticoncurrentiels :

- En premier lieu, les clauses de parité mises en œuvre par Booking.com à l'égard des hôtels implantés en France réduisent la concurrence entre Booking.com et les plateformes concurrentes. En effet, quel que soit le niveau des taux de commission pratiqués par Booking.com, les hôteliers, s'ils veulent proposer leur hôtel à la réservation sur Booking.com, sont dans l'obligation de lui octroyer, du fait des clauses de parité, des tarifs de nuitées, un nombre de nuitées disponibles à la réservation et des conditions de vente au moins aussi avantageux que ceux proposés sur les plateformes concurrentes. Ainsi, en pratique, quand bien même Booking.com pratiquerait des niveaux de commission supérieurs à ceux de ses concurrents, les hôtels seraient contraints de lui consentir des conditions commerciales au moins aussi favorables qu'à ses concurrents. Booking.com serait dès lors en mesure de proposer des offres aussi avantageuses que ses concurrents aux consommateurs. Il en résulte que les taux de commission élevés pratiqués par Booking.com aux hôteliers n'auraient en définitive aucune incidence sur le nombre de réservations réalisées sur son site. La mise en œuvre de clauses de parité est donc de nature à réduire la pression concurrentielle exercée par les plateformes concurrentes sur Booking.com, notamment s'agissant du niveau des commissions pratiquées envers les hôteliers.
- En deuxième lieu, cette pratique comporte des risques d'éviction. En effet, la clause de parité ne permet pas aux concurrents de Booking.com d'attirer des internautes en proposant des commissions inférieures, lesquelles seraient ensuite répercutées aux consommateurs au travers de prix de détail inférieurs et d'un nombre de nuitées disponibles plus important.

En outre, il apparaît que les effets anticoncurrentiels associés aux clauses de parité mises en œuvre par Booking.com sont renforcés par le fait que des clauses similaires sont mises en

œuvre par l'ensemble des opérateurs du secteur. Les hôtels doivent donc consentir à chacune de leurs plateformes partenaires des conditions commerciales au moins aussi avantageuses que celles consenties aux plateformes concurrentes et se retrouvent dès lors contraints de pratiquer des prix, des disponibilités et des conditions identiques sur toutes les plateformes.

Les clauses de parité mises en œuvre par Booking.com, parce qu'elles sont de nature à restreindre la liberté des hôtels dans la définition de leur politique commerciale et notamment dans leur capacité à fixer librement le prix des nuitées sur les différents canaux, pourraient constituer dès lors une restriction de concurrence prohibée par les articles L.420-1 du code de commerce et 101§1 du TFUE.

De plus, la mise en œuvre par Booking.com des pratiques litigieuses pourrait être considérée comme étant constitutive d'un abus de position dominante, pratique contraire aux articles L.420-2 du code de commerce et 102 du TFUE selon les saisissants.

### **Les engagements proposés**

Booking.com est disposée à proposer des engagements visant à limiter le champ d'application actuel des clauses de parité tarifaire aux seuls canaux de distribution directs des hébergements.

Booking.com s'engage à ne plus imposer aux hébergements, expressément ou par la mise en œuvre de mesures incitatives, une obligation de parité tarifaire vis-à-vis des autres plateformes et tous autres tiers fournissant un service de réservation. A ce titre, Booking.com :

(i) ne pourra pas conclure et mettre en œuvre des obligations imposant aux hébergements de proposer des tarifs de nuitée sur le site internet de Booking.com identiques ou inférieurs à ceux offerts à un tiers quelconque fournissant un service de réservation (incluant les canaux de distribution en ligne ou hors ligne), y compris via les sites de méta-moteurs de recherche (ci-après les « canaux indirects ») ;

(ii) ne proposera pas aux hébergements des taux de commission ou autres mesures incitatives qui soient conditionnés par l'octroi par ces derniers à Booking.com de tarifs de nuitée identiques ou inférieurs à ceux proposés sur les canaux indirects.

En revanche, Booking.com pourra offrir aux hébergements un taux réduit de commission et/ou d'autres mesures incitatives (telles qu'un meilleur classement et/ou autres avantages marketing) fondés sur des critères commerciaux objectifs tels que le taux de conversion et les volumes de vente.

Booking.com pourra en outre offrir aux clients une garantie du meilleur tarif et, pour se faire, identifier les hébergements pour lesquels il offre cette garantie (par exemple, par le biais d'un icône), dès lors qu'il n'exige pas des hébergements qu'ils remboursent les consommateurs en cas de constat par ces derniers qu'un meilleur tarif est disponible sur un canal indirect.

Par ailleurs, Booking.com maintiendra l'obligation de parité tarifaire vis-à-vis des canaux de distribution directs des hébergements. A cet égard, Booking.com pourra conclure et mettre en œuvre des obligations imposant aux hébergements de proposer sur le site internet Booking.com des tarifs de nuitées identiques ou inférieurs à ceux disponibles sur les canaux de distribution directs des hébergements (incluant les canaux de distribution en ligne ou hors ligne), y compris via les sites de méta-moteurs de recherche.

Les engagements ont vocation à s'appliquer à toute réservation faite par des consommateurs, quelle que soit leur localisation, auprès d'hébergements situés dans l'EEE.

Booking.com s'engage à mettre en œuvre les engagements dans un délai de 6 mois suivant la date de notification de la décision d'acceptation par l'Autorité desdits engagements. Les engagements resteront en vigueur pour une période de trois ans à compter de cette date.

## **Suite de la procédure**

Si les engagements proposés par Booking.com, éventuellement complétés et amendés, sont de nature à répondre aux préoccupations de concurrence exprimées dans le cadre de la procédure, l'Autorité de la concurrence constatant qu'il n'y a plus de raison d'agir, procédera à la clôture de l'affaire, en prenant acte des engagements qui prendront alors un caractère obligatoire.

Les tiers intéressés sont invités à présenter leurs observations sur cette proposition d'engagements en faisant référence au numéro de dossier 13/0045F et 13/0071F, **au plus tard le 31 janvier 2015 à 17h00**.

**> Consulter la proposition d'engagements de Booking.com**

Autorité de la concurrence  
Bureau de la procédure  
Dossier 13/0045F et 13/0071F  
11 rue de l'Echelle  
75001 Paris