

**Saisines n° 13/0045F et 13/0071F**  
**Proposition d'engagements de Booking.com B.V., Booking.com France SAS et Booking.com**  
**Customer Service France SAS**  
**11 décembre 2014**

Conformément aux articles L. 464-2-I et R. 464-2 du Code de commerce, Booking.com B.V., Booking.com France SAS et Booking.com Customer Service France SAS (ci-après, ensemble, « **Booking.com** ») présentent, ci-après, leur proposition d'engagements visant à répondre aux préoccupations de concurrence exprimées par l'Autorité de la concurrence (« **l'Autorité** ») dans une note d'évaluation préliminaire relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la réservation hôtelière en ligne en date du 24 novembre 2014.

La présente proposition d'engagements est faite par Booking.com, sous toutes réserves de ses droits, à la seule fin de permettre à l'Autorité de clore la présente procédure par l'acceptation de ses engagements et d'éviter l'ouverture d'une procédure contentieuse au titre des affaires jointes enregistrées sous le numéro 13/0045F et 13/0071F. Les engagements ainsi proposés ne valent, ni n'impliquent de la part de Booking.com une quelconque reconnaissance du bien-fondé des dénonciations ou des faits soumis à l'Autorité ou à toute autre Autorité de concurrence, ni des préoccupations de concurrence exprimées dans la note d'évaluation préliminaire du 24 novembre 2014 ni, *a fortiori*, de la violation d'une règle de droit de quelque nature que ce soit, ou d'une responsabilité de quelque nature que ce soit, en lien avec les faits allégués.

Ces engagements sont proposés sous la compréhension et la foi de la confirmation, dans le cadre des échanges ayant eu lieu avec l'Autorité dans la présente procédure, du fait que les décisions de l'Autorité acceptant et consacrant les engagements proposés par les entreprises pour répondre à des préoccupations de concurrence, en application des dispositions de l'article L. 464-2 du Code de Commerce, ne valent pas et n'impliquent pas constatation ou reconnaissance d'une quelconque violation du droit de la concurrence.

Ces engagements sont présentés sans préjudice de la position susceptible d'être exprimée par Booking.com dans le cadre de toute autre procédure administrative ou judiciaire devant toute autre autorité ou juridiction, quelle qu'elle soit.

Booking.com se réserve le droit d'exclure du champ des engagements qui seront *in fine* soumis à l'Autorité à la suite du test de marché, tout autre pays de l'Espace Economique Européen (« **EEE** »).

**1. Suppression de la clause de parité actuelle et de toutes mesures équivalentes**

- 1.1. Booking.com ne pourra pas conclure ou mettre en œuvre d'obligations imposant aux hébergements<sup>1</sup> de proposer sur son site internet des tarifs de nuitée identiques ou inférieurs à ceux proposés à un tiers quelconque fournissant un service de réservation (incluant les canaux de distribution en ligne ou hors ligne) (« **Canaux indirects** »<sup>2</sup>) (« **Clause de parité actuelle** »).
- 1.2. Sous réserve des dispositions du point 3.1. ci-dessous, Booking.com ne proposera pas de taux réduit de commission ou autres mesures incitatives aux hébergements, conditionnés par le fait, pour ces hébergements, d'offrir un tarif de nuitée sur le site internet de Booking.com égal ou inférieur à celui proposé sur les Canaux indirects.
- 1.3. 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 :
- (i) le taux actuel de conversion avec Booking.com, en ce compris le taux de conversion réalisé au travers de canaux particuliers (tels que les méta-moteurs de recherche et Google),
  - (ii) les volumes de vente réalisés sur Booking.com, en ce compris les volumes réalisés au travers de canaux particuliers (tels que les méta-moteurs de recherche et Google),
  - (iii) le retour sur investissement pour Booking.com, incluant un retour sur investissement réalisé au travers de canaux particuliers (tels que les méta-moteurs de recherche et Google) ;
  - (iv) les taux d'annulation sur Booking.com ;
  - (v) la rentabilité sur Booking.com ;
  - (vi) une offre diversifiée appropriée des types d'hébergement proposés sur Booking.com ;
  - (vii) les commentaires des clients ;
  - (viii) le paiement, dans le délai, de la commission ;
  - (ix) les conditions de marché ;
  - (x) le respect de la Clause de parité étroite telle que définie ci-dessous.
- 1.4. Booking.com pourra demander aux hébergements (sans aucune menace de sanction) d'envisager de réduire les tarifs de nuitée qu'ils proposent sur Booking.com.

---

<sup>1</sup> La référence au terme « hébergements » dans la présente offre d'engagements vise l'ensemble des établissements partenaires de Booking.com.

<sup>2</sup> Les Canaux indirects incluent les agences de réservation en ligne (ou « *online travel agents* », « OTA »), les grossistes, les agences de voyage avec un point de vente physique, les tours opérateurs, etc. qui ne sont pas contrôlés, directement ou indirectement, par un hébergement.

## 2. Clause de parité restreinte autorisée

- 2.1. Booking.com pourra conclure et mettre en œuvre des obligations imposant aux hébergements d'offrir des tarifs de nuitée sur le site internet de Booking.com identiques ou inférieurs à ceux disponibles sur les canaux de distribution directs des hébergements (incluant les canaux de distribution en ligne et hors ligne), y compris *via* les sites de méta-moteurs de recherche (« **Canaux directs** »)<sup>3</sup> (« **Clause de parité restreinte** »), sous réserve des dispositions du point 2.2. ci-après.
- 2.2. Booking.com ne conclura pas et ne mettra pas en œuvre de Clause de parité restreinte s'appliquant aux rabais proposés :
- (i) Par les hébergements aux membres d'un groupe pour lequel l'adhésion n'est pas automatique et pour lequel (i) les consommateurs acceptent explicitement de devenir membres, (ii) toute interface internet ou mobile est protégée par un mot de passe, (iii) les membres ont rempli un profil de consommateurs, sous réserve d'avoir fait au préalable au moins une réservation avec l'hébergement, que ce soit au travers des Canaux directs ou des Canaux indirects ;
  - (ii) Par les hébergements à des groupes ou clients d'affaires pour lesquels les tarifs sont négociés bilatéralement.

sous réserve que l'information relative au tarif de nuitée applicable ou au type ou niveau des rabais applicables (qu'il s'agisse d'un montant unitaire, forfaitaire, d'un pourcentage ou autre) dans le cadre des dispositions du point 2.2. ci-dessus ne fasse pas l'objet d'une diffusion auprès du public, en ce compris sur les sites des méta-moteurs de recherche et les sites de comparaison de prix.

## 3. Garantie du meilleur tarif

- 3.1. Booking.com est libre de :
- (i) offrir une garantie du meilleur tarif, dès lors qu'il n'est pas exigé des hébergements qu'ils remboursent un consommateur à la suite d'une plainte, lorsque le meilleur tarif est disponible sur un Canal indirect ;
  - (ii) exiger des hébergements qu'ils remboursent un consommateur à la suite d'une plainte, lorsque le meilleur tarif est accordé en violation de la Clause de parité restreinte ; et
  - (iii) identifier sur son site internet les hébergements pour lesquels Booking.com offre la garantie du meilleur tarif, par exemple par le biais d'un icône de « meilleur prix garanti ».

---

<sup>3</sup> Les Canaux directs incluent les réservations faites en personne auprès de la réception de l'hébergement ; *via* le site internet d'un hébergement, une application ou un centre d'appels ; par échange d'email avec un hébergement ; par téléphone en contactant l'hébergement. Les Canaux directs incluent les canaux tiers qui renvoient, redirigent ou mettent en relations les consommateurs vers ou avec les Canaux directs des hébergements pour la réservation (tels que les tarifs proposés par les hébergements sur des bannières publicitaires, sur des moteurs de recherche ou des méta-moteurs de recherches, comme Trivago, Kayak, Google Hotel Finder) et autres canaux et plateformes qui sont détenus ou contrôlés, directement ou indirectement, par les hébergements.

4. **Périmètre**

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

5. **Calendrier**

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.

\*\*\*\*\*