Plateformes de réservation hôtelière / Clause de parité tarifaire

Publié le 15 décembre 2014

Booking.com s'engage devant l'Autorité de la concurrence à supprimer la clause de parité tarifaire par laquelle il oblige les hôteliers à lui consentir des conditions tarifaires au moins aussi avantageuses que celles consenties aux autres plateformes en ligne.

Les hôteliers pourront désormais mettre Booking.com en concurrence avec les autres plateformes, gage d'une baisse future du montant des commissions.

L'essentiel

Dans le cadre d'une procédure ouverte devant l'Autorité de la concurrence par les principaux syndicats hôteliers français[1], Booking.com s'engage à supprimer la clause de parité tarifaire qui interdit aux hôteliers recourant aux services de Booking.com de pratiquer des prix de nuitées plus bas sur les autres plateformes de réservation en ligne. Les engagements proposés permettraient ainsi aux hôteliers référencés sur Booking.com de proposer librement des chambres à des prix différents sur les différents sites de réservation hôtelière. Ils pourraient notamment faire varier les prix en fonction des conditions qui leur sont appliquées par les différentes plateformes.

Booking.com propose d'élargir cet engagement à l'ensemble des pays de l'Espace économique européen. Pour mémoire, sept autorités de concurrence en Europe (France, Allemagne, Suède, Royaume-Uni, Italie, Autriche, Irlande) ont ouvert des cas concernant les plateformes de réservation hôtelière. Sous l'égide de la Commission européenne, les autorités nationales ont mis en place une coopération renforcée afin d'harmoniser le traitement des dossiers. La France, la

Suède et l'Italie sont les chefs de file de cette coopération. L'Autorité de la concurrence française a ainsi travaillé étroitement avec ses homologues suédoise et italienne ainsi que la Commission européenne lors des discussions menées avec Booking.com.

L'Autorité de la concurrence, à l'instar de ses homologues suédoise et italienne, lance aujourd'hui une consultation auprès des acteurs du secteur (test de marché) afin de déterminer si cette proposition d'engagements est suffisante pour remédier aux préoccupations de concurrence qu'elle a identifiées.

70 % des nuitées réservées sur internet se font via les plateformes de réservation en ligne[2]

La vente de nuitées sur internet a connu un essor remarquable au cours de la dernière décennie. Aujourd'hui, la quasi-totalité de la clientèle hôtelière (93 %[3]) utilise internet pour rechercher un hôtel. Les plateformes de réservation hôtelière (Booking.com, Expedia, HRS étant les 3 principales pour la réservation de nuitées d'hôtels français), servent d'intermédiaires entre les clients (touristes, voyageurs d'affaires) et les hôtels.

En Europe, elles représentent le principal canal de réservation en ligne, soit environ 70% des réservations d'hôtels faites en ligne, les 30 % restants étant des réservations effectuées directement sur les sites des hôtels. Pour un hôtel, notamment en France qui est la première destination touristique au monde, il est indispensable d'être présent sur ces plateformes : elles leur assurent une grande visibilité et sont très utilisées par les internautes dans le monde. Dans le cas contraire, un hôtel risquerait de perdre des clients au profit de ses concurrents.

Booking.com occupe une position incontournable auprès des hôteliers français.

Il est le leader, avec une position particulièrement importante sur le marché français en termes de visites et, dans une moindre mesure, de réservations en ligne. Sur les 17 000 hôtels français, près des trois quarts sont d'ailleurs référencés sur son site.

Un modèle économique qui protège l'investissement réalisé par les plateformes

Le développement des plateformes de réservation constitue une avancée notable pour les consommateurs, puisqu'elles leurs permettent de rechercher, comparer et réserver les hôtels sur un même site, en bénéficiant d'informations disponibles dans leur langue, de commentaires de clients et de photographies. Elles ont renforcé la concurrence entre les hôtels et permettent à ces derniers d'être visibles dans le monde entier, en s'affranchissant des guides touristiques et des agences de voyages traditionnelles. En contrepartie, les plateformes et notamment Booking.com, prélèvent auprès de l'hôtelier une commission proportionnelle au montant de la réservation[4].

Afin de protéger le lourd investissement que consentent les plateformes pour rendre les hôtels visibles sur le web (notamment le référencement auprès des moteurs de recherche comme Google) - et que ces derniers ne pourraient pas supporter seuls -, elles imposent le respect par les hôteliers d'une clause de parité tarifaire. Cette clause permet d'éviter que les consommateurs ne repèrent la chambre sur la plateforme et traitent ensuite directement avec l'hôtel pour valider leur réservation à un prix moindre.

Les syndicats hôteliers dénoncent les clauses de parité qu'ils sont tenus de respecter pour être référencés sur

Booking.com

Les syndicats hôteliers reprochent aux plateformes de réservation hôtelières en ligne et à Booking.com en particulier, de soumettre les hôteliers au respect de clauses « de parité ». En vertu de ces clauses, les plateformes en ligne 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.) similaires (en tout cas au moins aussi favorables) à celles proposées sur les plateformes concurrentes ainsi que sur l'ensemble des autres canaux de distribution (en ligne et hors ligne), dont les réseaux de distribution propres à l'hôtel (site internet, téléphone, e-mail, comptoir de l'hôtel, etc.). Selon les syndicats, les hôteliers se trouvent ainsi empêchés de mettre les plateformes de réservation en concurrence. Ces clauses étant mises en œuvre par l'ensemble des plateformes, les hôteliers se trouvent donc contraints de leur consentir des conditions commerciales identiques. A titre d'exemple, si un hôtel propose une nuit à 100 € sur Booking.com, il sera tenu de proposer une nuit au même prix sur les sites d'Expedia et de HRS.

Les préoccupations de concurrence : une concurrence atone entre plateformes et un risque d'éviction des nouveaux entrants

La mise en œuvre de clauses de parité est de nature à réduire 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 sont dans l'obligation de lui octroyer des tarifs de nuitées, un nombre de nuitées disponibles à la réservation et des conditions de vente aussi favorables que ceux proposés sur les plateformes concurrentes.

En outre, les clauses de parité peuvent conduire à évincer les plateformes plus petites ou qui entrent sur le marché de la réservation en ligne. En effet, même en pratiquant des taux de commission plus bas et plus intéressants pour les hôteliers, ces plateformes ne peuvent pas se différencier en prix et proposer des nuitées moins chères aux clients.

Les propositions d'engagements

En réponse aux préoccupations de concurrence exprimées par l'Autorité, Booking.com s'est rapproché des services d'instruction pour proposer des engagements. Ces propositions d'engagements sont aujourd'hui soumises à consultation.

Pour l'essentiel, Booking.com s'engage à supprimer de ses contrats la clause de parité tarifaire qui contraint les hôteliers à proposer à Booking.com des conditions au moins aussi favorables que celles proposées aux plateformes concurrentes. Booking.com propose par ailleurs d'étendre cet engagement à l'ensemble des pays de l'Espace économique européen. Grâce aux engagements proposés, les hôteliers pourront faire jouer la concurrence entre les plateformes et ainsi faire baisser le montant des commissions et in fine le prix des nuitées. Ces engagements devraient donc bénéficier tant aux hôteliers qu'aux consommateurs.

Tout en renforçant la concurrence entre plateformes de réservation, les engagements proposés garantissent la viabilité de leur modèle économique en maintenant la parité vis-à-vis du canal des hôtels. C'est donc une voie équilibrée qui est proposée : dynamiser la concurrence sur ce marché pour faire baisser les prix, tout en préservant les gains d'efficience existants.

Afin de vérifier la pertinence de cette proposition, l'Autorité de la concurrence lance un test de marché pour recueillir les observations des acteurs du secteur : hôteliers, sites concurrents, comparateurs, consommateurs, etc.

Les suites de la procédure

A l'issue du test de marché, le collège de l'Autorité se réunira en séance pour entendre les parties et examiner les observations formulées par les tiers. Il pourra, le cas échéant, demander à ce que les engagements soient modifiés ou complétés puis, après les avoir rendus obligatoires, clore la procédure. Dans le cas où les engagements, même amendés, ne seraient toujours pas satisfaisants, l'Autorité reprendrait le cours de la procédure contentieuse classique.

L'Autorité poursuit son instruction à l'encontre des plateformes Expedia et HRS, qui sont également visées par les saisines des hôteliers.

[1]Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie (UMIH), Groupement National des Chaînes Hôtelières (GNC), Confédération des Professionnels Indépendants de l'Hôtellerie (CPIH), Syndicat National des Hôteliers, Restaurateurs, Cafetiers et Traiteurs (SYNHORCAT), Fédération Autonome Générale de l'Industrie Hôtelière Touristique (FAGIHT). Le ministre de l'économie a également saisi l'Autorité pour avis.
[2]Source : Phocuswright Europe
[3]Source : Coach Omnium
[4]Les commissions moyennes s'élèvent entre 10 et 30 % du prix de détail TTC selon les plateformes et le modèle choisi (paiement au moment de la réservation ou paiement lors du séjour.)

> Les tiers intéressés ont jusqu'au 31 janvier 2015 pour faire part de leurs observations sur les engagements proposés par Booking.com.

> Toutes les informations pratiques sont précisées dans le test de marché disponible ici.

> Consulter la proposition d'engagements de Booking.com

Contact(s)

Virginie Guin
Directrice de la communication
01 55 04 02 62
Contacter par mail

Yannick Le Dorze
Adjoint à la directrice de la communication
01 55 04 02 14
Contacter par mail