L'Autorité de la concurrence effectue un premier bilan d'étape concernant les engagements pris par Booking.com.

Publié le 09 février 2017

L'Autorité n'exclut pas de s'autosaisir si l'évolution concurrentielle le nécessite et contribue activement à l'ensemble des actions entreprises au niveau national et européen visant à mieux encadrer les comportements des plateformes numériques.

Conformément au calendrier prévu dans la décision 15-D-06 du 21 avril 2015 de l'Autorité de la concurrence (voir communiqué de presse du 21 avril 2015), qui avait remis en cause les clauses de parité mises en œuvre par Booking.com dans ses contrats avec les hôteliers, l'Autorité a réalisé un bilan intermédiaire de l'évolution du marché dans le cadre d'une procédure contradictoire.

L'Autorité de la concurrence publie aujourd'hui les résultats de ce bilan d'étape des engagements de Booking.com, exercice inédit permettant une première évaluation de l'évolution du marché moins de deux ans après la publication de la décision. Malgré la survenue d'événements indépendants des engagements ayant fortement perturbé la réalisation de ce bilan, cet exercice s'est révélé utile et riche d'enseignements. En particulier, les éléments communiqués à l'Autorité dans le cadre de ce bilan suggèreraient que certains hôteliers différencient aujourd'hui leurs prix selon les plateformes de réservation hôtelière en ligne, pratiques qui étaient auparavant interdites par les clauses de parité tarifaire.

Les procédures d'engagements permettent, lorsque la situation s'y prête, une intervention rapide de l'Autorité de la concurrence dans un secteur. Dans sa

décision 15-D-06, l'Autorité a associé ce dispositif à la réalisation d'un bilan d'étape des engagements souscrits un an après leur mise en œuvre. Ce bilan s'est appuyé sur les contributions de Booking.com et des hôteliers, qui ont été confrontées lors d'une séance contradictoire devant le Collège de l'Autorité le 6 décembre 2016.

Les éléments de bilan à la disposition de l'Autorité pourraient suggérer qu'un plus grand nombre d'hôteliers font désormais varier leurs tarifs selon les plateformes de réservation hôtelière en ligne. Cette différenciation tarifaire témoigne d'une première évolution dans le secteur sans qu'il y ait de signe visible en revanche d'un développement de la concurrence entre OTA, en fonction d'autres critères plus qualitatifs ou quantitatifs (parts de marché, qualité de l'offre, évolution des taux de commission).

L'Autorité souligne cependant que l'exercice d'évaluation auquel elle s'est livrée a été fortement perturbé compte tenu de la survenue des attentats terroristes et de l'entrée en vigueur de la loi Macron. Les effets des engagements et ceux de ces deux événements sont très difficiles à dissocier. Les attentats terroristes ont en effet sévèrement affecté le secteur touristique, rendant particulièrement atypique les saisons touristiques 2015 et 2016. Par ailleurs, l'entrée en vigueur de la loi Macron, un mois après la prise d'effets des engagements de Booking.com, a introduit un changement radical du cadre juridique en annulant toutes formes de clause de parité tarifaire dans les contrats entre hôteliers et plateformes de réservation hôtelière en ligne[1].

Cet exercice de bilan d'étape des engagements de Booking.com auquel s'est livré l'Autorité s'est révélé utile, malgré les limites indiquées ci-dessus, et riche d'enseignements. Il ouvre des voies d'analyses nouvelles pour l'Autorité qu'il conviendra d'approfondir dans le cadre le plus adapté, européen ou national. L'Autorité a bien pris note de la persistance de l'insatisfaction des hôteliers, exprimée lors de ce bilan, vis-à-vis du comportement de Booking.com et de façon plus générale concernant le fonctionnement concurrentiel du secteur.

L'Autorité restera particulièrement vigilante sur l'état de la concurrence dans

ce secteur et n'exclut pas de s'autosaisir si l'évolution concurrentielle le nécessite. Elle participe activement au Groupe de travail européen sur ce secteur dont les conclusions sont attendues dans les prochaines semaines et contribue à l'ensemble des actions entreprises au niveau national et européen visant à mieux encadrer les comportements des plateformes numériques.

Sous l'égide de la Commission européenne, l'Autorité de la concurrence française ainsi que neuf autres autorités de concurrence européennes[2] évaluent en ce moment les effets des différentes solutions mises en place dans les différents pays européens concernant la réservation hôtelière en ligne. Ce groupe de travail a adressé des questionnaires aux différents acteurs du secteur, hôteliers, plateformes de réservation en ligne, « *métamoteurs de recherche* », etc., selon une méthodologie unifiée permettant ainsi une comparaison des différentes solutions.

Les conclusions de ce groupe de travail sont attendues dans les semaines qui viennent. Elles permettront d'alimenter les analyses et les initiatives des autorités de concurrence au niveau national et communautaire dans ce secteur. Dans ce contexte, les autorités du réseau européen de la concurrence ont engagé une réflexion commune, impliquant la Commission européenne et les chefs d'autorités nationales de concurrence, pour déterminer la meilleure approche pour ces sujets de concurrence.

Par ailleurs, l'Autorité a ouvert une enquête sectorielle dans le secteur de la publicité en ligne dans laquelle elle s'intéresse à certaines problématiques communes en matière d'algorithmes et de restitution des résultats.

Enfin l'Autorité veillera tout particulièrement à ce que les consommateurs puissent effectuer des choix éclairés et bénéficient d'une information loyale de la part des plateformes de réservation en ligne, ne faussant pas la concurrence entre les hôtels. Elle relève à cet égard que les plateformes hôtelières et plus largement l'ensemble des plateformes numériques inscrivent désormais leur action dans le cadre de la loi n° 2016-1321 pour une République numérique,

adoptée le 7 octobre dernier, qui leur impose notamment une obligation de loyauté à l'égard des consommateurs en ce qui concerne leurs critères de classement. Cet exemple illustre la complémentarité des démarches entre l'action du législateur et l'intervention de l'Autorité de la concurrence qui permet une analyse au cas par cas.

L'Autorité contribue activement, tant à travers son action contentieuse que son action consultative, à une meilleure identification des problématiques et des enjeux concurrentiels particuliers au numérique, dont les plateformes de réservation hôtelière en ligne sont un exemple.
Depuis plusieurs années, l'Autorité mobilise tant ses outils consultatifs que ses pouvoirs en matière contentieuse pour contribuer à une meilleure compréhension du fonctionnement des plateformes numériques et faciliter la détection et la sanction des éventuelles pratiques anticoncurrentielles mises en œuvre dans ce secteur, pratiques pouvant nuire au bon fonctionnement des marchés comme à l'intérêt des consommateurs.

Sur le plan consultatif, l'Autorité s'est déjà penchée sur la situation concurrentielle du secteur de la publicité en ligne dès son avis n° 10-A-29 du 14 décembre 2010. L'Autorité a également publié deux études sectorielles en collaboration avec d'autres autorités de concurrence européenne : une première étude en décembre 2014, réalisée conjointement avec la CMA, sur l'analyse économique des systèmes ouverts et fermés, analysant la concurrence entre écosystèmes, mode de concurrence fréquent dans certains secteurs du numérique, et une deuxième étude publiée en mai 2016, réalisée conjointement avec le Bundeskartellamt, sur les données et leurs enjeux pour l'application du droit de la concurrence. Dans le prolongement de cette publication, l'Autorité a décidé en mai 2016 de se saisir pour avis afin d'analyser les conditions d'exploitation des données dans le secteur de la publicité en ligne. Elle contribue ainsi au débat en cours sur le rôle économique prépondérant des « plateformes numériques ».

Sur le plan contentieux, l'Autorité de la concurrence s'est prononcée dès juin 2010 sur des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la publicité sur Internet. Le couplage de l'outil des mesures conservatoires[3], permettant le prononcé rapide d'injonctions lorsque l'urgence de la situation le nécessite, et de l'outil des engagements[4] avait alors favorisé une action rapide de l'Autorité de la concurrence dans ce secteur. C'est également par une décision d'engagements que l'Autorité est intervenue rapidement dans le secteur de la réservation hôtelière en ligne en avril 2015. Elle a ainsi obtenu des modifications des conditions contractuelles entre la plateforme de réservation hôtelière Booking.com et ses partenaires hôteliers.

[1]*S'agissant des clauses de parité tarifaires, les engagements souscrits par Booking.com donnaient aux hôtels la possibilité de proposer des tarifs inférieurs sur des plateformes concurrentes de Booking.com ainsi que sur leurs canaux directs hors ligne (téléphone, mailings, messageries instantanées, agences de voyages physiques, etc.) mais pas sur leur site internet.*

[2]*Les autorités de concurrence des États membres de l'Union européenne suivants participent à cet exercice : l'Allemagne, la Belgique, la France, la Hongrie, l'Irlande, l'Italie, les Pays-Bas, la République tchèque, le Royaume-Uni et la Suède.*

[3]*Décision 10-MC-01 de l'Autorité de la concurrence du 30 juin 2010 relative à la demande de mesures conservatoires présentée par la société Navx.*

[4]*Décision 10-D-30 de l'Autorité de la concurrence du 28 octobre 2010 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la publicité sur Internet.*

Consulter
le bilan d'étape relatif aux engagements pris par Booking.com

Contact(s)

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