

**Décision n° 20-D-15 du 27 octobre 2020
relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la
distribution de déplacements aériens professionnels**

L'Autorité de la concurrence (commission permanente),

Vu les lettres, enregistrées respectivement les 15 et 23 novembre 2018 sous les numéros 18/0175 F et 18/0179 M, par lesquelles la société Travel Planet a saisi l'Autorité de la concurrence de pratiques mises en œuvre par la société Air France dans le secteur des déplacements aériens professionnels et a sollicité en outre le prononcé de mesures conservatoires ;

Vu la décision n° 19-C-05 du 17 avril 2019 de la Présidente de l'Autorité de la concurrence prenant acte du désistement de la société Travel Planet de sa demande de mesures conservatoires ;

Vu la lettre, enregistrée le 27 janvier 2020 sous le numéro 20/0009 M, par laquelle la société Travel Planet a sollicité le prononcé de nouvelles mesures conservatoires ;

Vu les décisions de secret des affaires n° 20-DSA-047 du 27 janvier 2020, n° 20-DSA-066 du 3 février 2020, n° 20-DSA-106 du 13 février 2020, n° 20-DSA-107 du 13 février 2020, n° 20-DSA-157 du 2 mars 2020, n° 20-DSA-162 du 4 mars 2020, n° 20-DSA-164 du 6 mars 2020, n° 20-DSA-168 du 12 mars 2020, n° 20-DSA-227 du 27 avril 2020, n° 20-DEC-233 du 5 mai 2020, n° 20-DEC-234 du 7 mai 2020, n° 20-DSA-239 du 14 mai 2020, n° 20-DSA-251 du 25 mai 2020, n° 20-DSA-252 du 25 mai 2020, n° 20-DEC-316 du 25 juin 2020, n° 20-DSA-336 du 29 juin 2020, et n° 20-DSA-344 du 2 juillet 2020 ;

Vu le Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne ;

Vu le livre IV du code de commerce ;

Vu les observations présentées par les sociétés Travel Planet et Air France ;

Vu les autres pièces du dossier ;

La rapporteure, le rapporteur général adjoint, le commissaire du Gouvernement et les représentants des sociétés Travel Planet et Air France entendus lors de la séance de l'Autorité de la concurrence du 22 juillet 2020 ;

Adopte la décision suivante :

Résumé¹

Aux termes de la présente décision, l'Autorité de la concurrence rejette la saisine de la société Travel Planet France pour défaut d'éléments suffisamment probants et, partant, la demande de mesures conservatoires qu'elle avait sollicitée accessoirement à sa saisine.

La société Travel Planet est une agence de voyages spécialisée dans les déplacements professionnels, agréée par l'Association internationale du transport aérien (l'IATA). Elle a développé pour ses clients – essentiellement des organismes publics et les grandes et moyennes entreprises privées, avec lesquels elle conclut des contrats de gestion de l'ensemble des déplacements professionnels de leurs collaborateurs – un service de « flexibilisation » de billets initialement vendus comme non flexibles par les compagnies aériennes. Pour ce service, fondé sur l'anticipation, par un algorithme spécifique, du risque de modification ou d'annulation de sa réservation par le client, Travel Planet se rémunère en faisant fluctuer son taux de marge, systématiquement incluse dans le prix du billet facturé au client.

Dans sa saisine, Travel Planet dénonçait la mise en œuvre par la compagnie aérienne Air France d'une stratégie globale visant à l'évincer du marché des services d'agences de voyages, stratégie composée de plusieurs comportements anticoncurrentiels, relevant des articles L. 420-1 et L. 420-2 du code de commerce et des articles 101 et 102 du TFUE.

Toutefois, l'Autorité de la concurrence, après avoir procédé à l'analyse des faits relatés par l'agence de voyages dans le cadre de sa relation avec la compagnie aérienne, a considéré que Travel Planet n'avait pas apporté d'éléments suffisamment probants permettant de considérer tout d'abord qu'elle n'aurait pas été, comme le prévoit la réglementation IATA, liée à Air France par une relation de mandat et, ensuite, que le refus d'accès que lui avait opposé la compagnie aérienne (retrait de son autorisation d'émettre des billets pour son compte) n'aurait pas reposé sur des justifications objectives. L'Autorité de la concurrence, sans se prononcer sur l'existence d'une éventuelle position dominante d'Air France sur l'un des marchés où elle opère, a estimé qu'aucune des pratiques alléguées par la saisissante – pratiques de prix imposés, d'accès discriminatoire, de boycott, d'abus de dépendance économique et de remises fidélisantes – n'était appuyée d'éléments suffisamment probants.

¹ Ce résumé a un caractère strictement informatif. Seuls font foi les motifs de la décision numérotés ci-après.

SOMMAIRE

I. Constatations	5
A. LA SAISINE DE LA SOCIETE TRAVEL PLANET	5
B. LE SECTEUR CONCERNE	5
1. LES DEPLACEMENTS PROFESSIONNELS	5
2. LES RELATIONS ENTRE COMPAGNIES AERIENNES ET AGENCES DE VOYAGES DANS LE CADRE DU SYSTEME IATA	6
a) L'agrément par l'IATA et la nomination par chaque compagnie	6
b) Une relation de mandat	7
3. LES REGIMES DE RESPONSABILITE RESPECTIFS DES COMPAGNIES AERIENNES ET DES AGENCES DE VOYAGES DANS LE CADRE DE LA VENTE D'UN BILLET D'AVION	7
a) Les différentes relations contractuelles	7
b) La responsabilité des compagnies aériennes	8
c) La responsabilité des agences de voyages	8
d) Le rôle des courtiers	9
4. LA FIXATION DU PRIX DES BILLETS D'AVION PAR LES COMPAGNIES AERIENNES	9
a) Le prix des billets d'avion est unilatéralement fixé par chaque compagnie aérienne	9
b) Les compagnies sont soumises à des exigences de transparence pour les services aériens intracommunautaires	10
C. LES RELATIONS ENTRE AIR FRANCE ET LES AGENCES DE VOYAGES HABILITEES A EMETTRE SES BILLETS	11
1. PRESENTATION DE LA SOCIETE AIR FRANCE	11
2. L'EVOLUTION DE SON REGIME DE REMUNERATION DES AGENCES DE VOYAGES	11
a) La réduction de la commission versée aux agences à compter d'avril 2005	11
b) Les conséquences de la mise en place en avril 2018 d'un nouveau procédé de distribution intermédiée, le NDC	11
D. LES FAITS DENONCES DANS LA SAISINE	12
II. Discussion	13
A. SUR LA NATURE JURIDIQUE DES RELATIONS COMMERCIALES ENTRE TRAVEL PLANET ET AIR FRANCE	14
B. SUR LES PRATIQUES ALLEGUEES PAR TRAVEL PLANET	16
1. SUR LE REFUS D'ACCES OPPOSE PAR AIR FRANCE A TRAVEL PLANET	16
2. SUR LE TRAITEMENT DISCRIMINATOIRE ALLEGUE	18
3. SUR LES AUTRES PRATIQUES ALLEGUEES	19
a) Prix imposés	19
b) Abus de dépendance économique	19
c) Boycott	20

d) Rabais fidélisants	20
DÉCISION	21

I. Constatations

A. LA SAISINE DE LA SOCIETE TRAVEL PLANET

1. Par lettres enregistrées respectivement les 15 et 23 novembre 2018, sous les numéros 18/0175 F et 18/0179 M, la société Travel Planet France, agence de voyages spécialisée dans les déplacements professionnels, a saisi l’Autorité de la concurrence, sur le fondement des articles L. 420-1, L. 420-2 du code de commerce, 101 et 102 du Traité sur le fonctionnement de l’Union européenne (ci-après : « TFUE »), de pratiques mises en œuvre par la société Air France, principale compagnie aérienne française, dans le secteur de la distribution de déplacements aériens professionnels et a sollicité le prononcé de mesures conservatoires sur le fondement de l’article L. 464-1 du code de commerce. Après s’être désistée, le 3 avril 2019, de sa première demande de mesures conservatoires, la société Travel Planet a de nouveau sollicité, par lettre enregistrée le 27 janvier 2020 sous le numéro 20/0009 M, le prononcé de telles mesures.
2. La SARL Travel Planet France (ci-après : « Travel Planet »), propriété à 100 % de la société holding SAS Travel Planet, est une agence de voyages spécialisée dans les déplacements professionnels. Anciennement dénommée Lebas Tourisme International, elle exerce son activité depuis 1959 à Lille. Son siège a été transféré à Cannes en mai 2019.
3. Travel Planet dispose d’un agrément de l’Association internationale du transport aérien (ci-après : « l’IATA ») lui permettant, pour répondre à la demande de ses clients, d’émettre directement des billets des compagnies membres de l’IATA ; pour ce faire, elle dispose de capacités d’interconnexion avec les systèmes de réservation de billets des compagnies aériennes.
4. Travel Planet a développé, à compter de 2012, des services spécialisés, tels qu’une prestation dite de « *flexibilisation* » d’un billet initialement vendu comme non flexible par une compagnie aérienne. Ce service repose sur un outil informatique spécifique, élaboré par Travel Planet, et paramétré afin de pouvoir anticiper le risque de modification ou d’annulation de sa réservation par le client, sur la base de ses comportements passés. À la manière d’un assureur, Travel Planet adapte son taux de marge au risque anticipé par l’outil : plus le risque anticipé d’annulation ou de modification est élevé, plus la marge de Travel Planet augmente.
5. Les services de la société Travel Planet visent prioritairement les organismes publics (collectivités territoriales, administrations, établissements publics) et les grandes et moyennes entreprises privées, avec lesquels Travel Planet conclut des contrats de gestion de l’ensemble des déplacements professionnels de leurs collaborateurs.

B. LE SECTEUR CONCERNE

1. LES DEPLACEMENTS PROFESSIONNELS

6. Dans le secteur des déplacements professionnels, ce sont les employeurs, publics et privés, - et non l’utilisateur final - qui paient pour l’ensemble des déplacements effectués par leurs collaborateurs dans le cadre de leurs fonctions. La demande des voyageurs professionnels est également différente de celle constatée pour les déplacements de loisir : ils privilégient

des billets modifiables pour des trajets en semaine, en début et en fin de journée, vendus le plus souvent dans le cadre d'une offre globale intégrant la fourniture de services annexes (nuitées d'hôtel, transports en amont ou en aval...).

7. Ces spécificités expliquent que certaines agences de voyages - les « *travel management companies* » ou entreprises de gestion des voyages, ci-après : « TMC » - se soient spécialisées, à titre exclusif ou non, dans les voyages professionnels. Les relations des entreprises avec les TMC sont le plus souvent contractualisées.
8. Certaines TMC, comme Travel Planet, ont mis en place des solutions de réservation en ligne, directement utilisées par les clients, et traitées de manière automatisée par leurs serveurs : ces réservations « *online* », ou en ligne, s'effectuent via des outils de réservation dits « *self booking tool* » ou outils d'auto-réservation, qui robotisent les tâches les plus simples, laissant les seules tâches complexes au service « *offline* », ou hors ligne, géré par les conseillers de voyage de la TMC.
9. Si les compagnies aériennes disposent le plus souvent de canaux de vente directe de leurs billets, le canal de la vente intermédiée par les agences de voyages reste très largement majoritaire en volume s'agissant des déplacements professionnels. Ainsi, [90 % -100 %] des billets de la compagnie Air France vendus à des clients identifiés comme professionnels le sont par des agences de voyages².

2. LES RELATIONS ENTRE COMPAGNIES AERIENNES ET AGENCES DE VOYAGES DANS LE CADRE DU SYSTEME IATA

a) L'agrément par l'IATA et la nomination par chaque compagnie

10. L'IATA est une association constituée de compagnies aériennes, qui agit pour leur compte. Créée en 1945, elle regroupe 290 compagnies aériennes, dont Air France, représentant 82 % du trafic aérien mondial.
11. Ce sont les résolutions de l'IATA qui régissent les relations entre les compagnies aériennes et les agences de voyages dans le cadre de la distribution intermédiée de billets d'avion de compagnies membres de l'IATA. Ces résolutions sont adoptées par la « *Conférence IATA des agences* », composée des compagnies actives dans le transport international de passagers. Elles consistent en un ensemble de règles contenues dans le « *Manuel de l'agent de voyages IATA* », qui doivent être respectées par les agences de voyages agréées.
12. L'IATA a mis en place des systèmes de compensation (« *billing and settlement plans* », ou plans de facturation et de règlement, ci-après : « *BSP* »), reposant sur un mécanisme automatisé de collecte et de répartition des sommes dues par les agences aux différentes compagnies aériennes, au titre des billets vendus aux clients par les premières au nom des secondes.
13. C'est également l'IATA qui délivre aux agences de voyages, à leur demande et sous réserve qu'elles répondent à certains critères et qualifications précisément définis par l'IATA, l'agrément leur permettant d'émettre des billets des compagnies membres de l'IATA.
14. Toute agence de voyages agréée signe avec l'IATA, qui représente l'ensemble des compagnies membres en tant que mandataire, un contrat d'agence de vente de passages (ou « *passenger sales agency agreement* »). Le contrat, réputé conclu entre l'agence et chaque

² Cote 1380 VNC (20/0009 M).

compagnie membre de l'IATA, permet à l'agence de représenter les compagnies membres et d'émettre des billets d'avion en leur nom et pour leur compte, pour autant que chacune d'entre elles la « nomme » expressément.

15. Le manuel de l'agent de voyages prévoit en effet que « *les compagnies membres de l'IATA sont libres de choisir leurs agents parmi ceux figurant sur [la] liste [officielle des agents IATA]* »³. Ce choix s'opère via une procédure de nomination⁴ qui constitue un préalable nécessaire à la fourniture par la compagnie des documents de transport et à l'émission de billets par l'agence de voyages (« *ticketing authority* » ou autorisation d'émission de billets).
16. La réglementation IATA prévoit enfin que toute compagnie aérienne peut, notamment en cas de manquement à ses obligations par l'agent, « *annuler ladite nomination en ce qui concerne l'agent [...] par voie de notification écrite à l'agent* »⁵ et lui retirer son autorisation d'émission de billets⁶.

b) Une relation de mandat

17. Dans le cadre de la réglementation édictée par l'IATA, les relations entre une compagnie aérienne membre et les agences de voyages agréées IATA et nommées par la compagnie sont régies par un contrat de mandat⁷.
18. Le contrat d'agence de vente de passages précise que l'agent de voyages, qui « *prend l'engagement de s'efforcer de représenter de son mieux les intérêts de la Compagnie membre* », est « *autorisé à vendre* » des billets de la compagnie « *pour le compte* » de celle-ci et « *en conformité avec les tarifs, conditions de transport et instructions écrites que le transporteur aura fournis à l'agent* ». S'agissant de la rémunération due à l'agent, le même contrat précise que le transporteur lui verse « *une commission de la manière et au taux qu'il pourra périodiquement spécifier et lui communiquer* » et qui « *constituera l'entière compensation pour les services rendus au transporteur* »⁸.
19. Le contrat d'agence de vente de passages prévoit enfin que l'agent doit, au moment où il émet le billet, encaisser le paiement auprès du client, avec obligation de restituer les fonds à la compagnie aérienne, sur une base bi-mensuelle, via le BSP.

3. LES REGIMES DE RESPONSABILITE RESPECTIFS DES COMPAGNIES AERIENNES ET DES AGENCES DE VOYAGES DANS LE CADRE DE LA VENTE D'UN BILLET D'AVION

a) Les différentes relations contractuelles

20. Dans le cadre de la vente d'un billet d'avion à un client professionnel *via* une TMC, outre le contrat de vente de passages unissant la compagnie aérienne et la TMC, deux types de relations contractuelles bilatérales coexistent :

³ Manuel de l'agent de voyages – Procédures d'accréditation et nomination.

⁴ Manuel de l'agent de voyages – Résolution 800 de l'IATA, § 5.2.

⁵ Manuel de l'agent de voyages – Résolution 800 de l'IATA, § 5.2.3.

⁶ Manuel de l'agent de voyages – Résolution 800 de l'IATA, § 5.3.1.2.

⁷ Manuel de l'agent de voyages – Résolution 824 de l'IATA, § 3.3.

⁸ Manuel de l'agent de voyages – Résolution 824 de l'IATA, §§ 3 et 9.

- la compagnie aérienne et le passager concluent un contrat de transport, constaté par l'émission d'un billet⁹ ; la TMC, qui est un tiers à ce contrat¹⁰, doit appliquer le tarif fixé par la compagnie et n'est pas responsable de la bonne exécution de la prestation de transport ;
- la TMC et le client concluent un contrat de prestation de service, sans intervention de la compagnie aérienne ; dans ce cas, la TMC est libre de fixer les niveaux de frais de service qu'elle demande au client.

21. S'il n'existe ainsi aucune relation contractuelle tripartite dans le cadre de la vente d'un billet d'avion, il y a un cas de figure où les trois acteurs sont néanmoins liés : dans le cadre d'un contrat signé entre la compagnie et un client grand compte, tels que les « *contrats firme* » proposés par la compagnie Air France, le nom de la ou des TMC choisie(s) par le client pour émettre des billets au tarif négocié avec la compagnie figure expressément dans le contrat. Si la ou les TMC n'est/ ne sont pas *stricto sensu* partie(s) à ce contrat, elle(s) y est/sont néanmoins mentionnée(s) et son/leur intervention est nécessaire à sa mise en œuvre.

b) La responsabilité des compagnies aériennes

22. Les compagnies aériennes engagent leur responsabilité vis-à-vis du client en cas de retard ou d'annulation de vol, notamment. Le champ de leur obligation de remboursement et d'assistance aux passagers est précisé par le Règlement (CE) n° 261/2004 du Parlement européen et du Conseil du 11 février 2004 établissant des règles communes en matière d'indemnisation et d'assistance des passagers en cas de refus d'embarquement et d'annulation ou de retard important d'un vol.

c) La responsabilité des agences de voyages

23. Contrairement à un tour opérateur, qui signe avec une compagnie aérienne un contrat d'allotement en vertu duquel il achète des billets à la compagnie avant de les revendre à ses clients, une TMC n'achète pas des billets pour les revendre à ses clients ; elle émet des billets au nom et pour le compte du transporteur aérien, et accède pour ce faire à l'offre de ce dernier (disponibilités et tarifs) via, notamment, des systèmes de réservation centralisés (ou *global distribution system*, ci-après : « GDS »).

24. Les articles L. 211-2 et suivants du code du tourisme fixent, conformément à la directive (UE) n° 2015/2302 du Parlement européen et du Conseil du 25 novembre 2015 relative aux voyages à forfait et aux prestations de voyages, dite « *directive voyage* », un régime de responsabilité différent selon que les prestations de transport sont vendues dans le cadre d'un forfait touristique ou dans le cadre d'une « *convention générale conclue pour le voyage d'affaires* ». Dans le cadre d'une telle convention, la responsabilité de plein droit de l'agent à l'égard des passagers est exclue¹¹ et il n'est pas tenu de justifier d'une garantie financière tandis qu'un tour opérateur engage en revanche sa responsabilité de plein droit et doit justifier d'une garantie financière.

⁹ Article L. 6421-1 du code des transports.

¹⁰ La première chambre civile de la Cour de cassation a jugé le 22 juin 2004 (pourvoi 01-03926) que « *l'agence de voyages était un tiers au contrat de transport conclu entre les sociétés Iberia (compagnie aérienne) et Declor (client final) et qu'elle n'avait, de ce fait, pas qualité pour agir sur le fondement de la responsabilité contractuelle (d'Iberia)* ».

¹¹ Article L. 211-17-3 du code du tourisme.

d) Le rôle des courtiers

25. Les agences de voyages qui ne souhaitent pas, ou ne peuvent pas, notamment pour des raisons financières, obtenir l'agrément IATA peuvent faire émettre des billets par des « *brokers* » ou courtiers, spécialisés dans ce type de services, qui disposent de l'agrément requis. Aucune réglementation de l'IATA ne s'oppose aux ventes croisées entre agences de voyages.
26. Dès lors qu'une agence de voyages utilise les services d'un courtier, celui-ci, et non plus l'agence, devient responsable de l'émission des billets vis-à-vis de la compagnie aérienne. Le client final, lui, n'entre jamais en contact direct avec le courtier et ne peut savoir que celui-ci prête son concours à l'agence de voyages pour l'émission des billets. Le courtier n'a, en retour, aucune responsabilité vis-à-vis du client final.
27. Dans le cadre d'une vente de billets via un courtier, les billets ne peuvent être émis qu'aux tarifs publics des compagnies aériennes. Si un client bénéficie par ailleurs d'un avantage tarifaire spécifique directement négocié avec la compagnie aérienne, comme par exemple dans le cadre d'un « *contrat firme* » conclu par la compagnie Air France avec un client grand compte, le courtier ne peut, sauf dérogation expresse accordée par la compagnie, appliquer cet avantage tarifaire, qui reste lié à l'intervention de l'agence de voyages expressément mentionnée au contrat liant la compagnie et le client.

4. LA FIXATION DU PRIX DES BILLETS D'AVION PAR LES COMPAGNIES AERIENNES

a) Le prix des billets d'avion est unilatéralement fixé par chaque compagnie aérienne

28. En application de la réglementation édictée par l'IATA, les tarifs des billets d'avion sont fixés unilatéralement par chaque compagnie aérienne, qui conserve à titre exclusif le contrôle et la maîtrise de ces tarifs¹².
29. Les agences de voyages sont tenues, dans le cadre de leur contrat de vente de passages, d'appliquer les tarifs fixés par les compagnies. Il leur est en revanche loisible, dans le cadre de leur contrat de prestation de service auprès de leur client, de prélever des frais de service, dès lors que ces frais sont explicitement distincts du prix du billet lui-même. En d'autres termes, une agence doit faire figurer séparément sur une facture le prix facturé par la compagnie aérienne et tout autre frais.
30. La responsabilité de la compagnie aérienne vis-à-vis du client n'est d'ailleurs engagée qu'à la hauteur du prix qu'elle a elle-même directement fixé, ainsi que l'a rappelé la Cour de justice de l'Union européenne dans un arrêt du 12 septembre 2018, Dirk Harms e. a. c/ Vueling Airlines SA : dans le considérant 17, la Cour a estimé qu'il « *résulte de l'article 2, sous f), du Règlement n° 261/2004 qu'un "billet" constitue un document ou un équivalent immatériel, y compris électronique, délivré ou autorisé par un transporteur aérien ou un agent agréé par un tel transporteur. Il découle de cette définition que les différents éléments d'un tel billet, dont son prix, doivent, dans l'hypothèse où ce billet n'est pas délivré par le transporteur aérien lui-même, en tout état de cause être autorisés par celui-ci, et donc ne pas être fixés à son insu* ». La Cour en a conclu que le Règlement précité doit être interprété en ce sens que « *le prix du billet à prendre en considération pour déterminer le montant du*

¹² Manuel de l'agent de voyages – Résolution 824 de l'IATA, § 3.2.

remboursement dû par le transporteur aérien à un passager en cas d'annulation d'un vol inclut la différence entre le montant payé par ce passager et celui reçu par ce transporteur aérien, laquelle correspond à une commission perçue par une personne qui est intervenue comme intermédiaire entre ces deux derniers, sauf si cette commission a été fixée à l'insu dudit transporteur aérien, ce qu'il appartient à la juridiction de renvoi de vérifier ».

31. Les exigences de transparence à l'égard du client impliquent que celui-ci ait connaissance du prix du billet qui lui sera remboursé par la compagnie en cas d'annulation de vol. Dès lors, le prix d'un billet d'avion doit être fixé par la compagnie aérienne ; il ne peut être modifié à son insu par un intermédiaire, et doit être connu du client.

b) Les compagnies sont soumises à des exigences de transparence pour les services aériens intracommunautaires

32. Pour la fixation de leurs tarifs de services aériens intracommunautaires, les compagnies aériennes doivent se conformer aux exigences de transparence fixées par le Règlement (CE) 1008/2008 du Parlement européen et du Conseil du 24 septembre 2008 établissant des règles communes pour l'exploitation de services aériens dans la Communauté.
33. Le considérant 16 de ce Règlement précise que : *« Les clients devraient pouvoir comparer effectivement le prix des services aériens pratiqués par différentes compagnies aériennes. Par conséquent, le prix définitif à payer par le client pour des services aériens au départ de la Communauté devrait toujours être indiqué toutes taxes, redevances et charges comprises. Les transporteurs aériens communautaires sont également encouragés à indiquer le prix définitif de leurs services aériens au départ de pays tiers et à destination de la Communauté ».*
34. L'article 23 du même Règlement précise que *« les tarifs des passagers [...] offerts au public mentionnent les conditions applicables lorsqu'ils sont proposés ou publiés, sous quelque forme que ce soit, y compris sur internet [...]». Le prix définitif à payer est précisé à tout moment et inclut le tarif des passagers [...] applicable ainsi que l'ensemble des taxes, redevances, des suppléments et des droits applicables inévitables et prévisibles à la date de publication », étant précisé que le tarif des passagers correspond, en application du point 18 de l'article 2, au « prix à payer aux transporteurs aériens, à leurs agents ou à d'autres vendeurs de billets pour le transport des passagers sur des services aériens, ainsi que les conditions d'application de ces prix, y compris la rémunération et les conditions offertes à l'agence et autres services auxiliaires ».*
35. La Cour de Justice de l'Union européenne a précisé le 6 juillet 2017, dans l'affaire C 290/16, Air Berlin, en réponse à une question préjudicielle, que l'article 23 du Règlement doit se comprendre comme faisant obligation aux compagnies d'indiquer, à tout moment, le prix définitif à payer, comprenant le tarif du vol mais aussi les taxes, redevances, suppléments et droits prévisibles à la date de publication et, surtout, d'afficher les différentes composantes de ce prix. La Cour en déduit que les compagnies sont tenues d'indiquer de manière séparée les montants dus au titre de chaque composante du prix demandé au consommateur final (taxes, redevances aéroportuaires et autres redevances) et ne peuvent inclure ces éléments dans le tarif des passagers.

C. LES RELATIONS ENTRE AIR FRANCE ET LES AGENCES DE VOYAGES HABILITEES A EMETTRE SES BILLETS

1. PRESENTATION DE LA SOCIETE AIR FRANCE

36. La SA Air France, principale compagnie aérienne française, est active dans le transport aérien de personnes, le fret aérien et la maintenance aéronautique.
37. Elle exploite, avec ses deux filiales Hop ! et Transavia France, une vaste gamme de services de transport intérieur et international. Le réseau de ses liaisons régulières desservait, en 2019, 32 destinations en France et assurait une couverture mondiale avec 227 destinations internationales.
38. La compagnie est membre de l'IATA.
39. Elle est membre du groupe Air France-KLM, issu du rapprochement en 2004 avec la compagnie néerlandaise KLM, ainsi que de l'Alliance *SkyTeam*, qui regroupe 19 compagnies aériennes assurant plus de 15 000 vols quotidiens vers plus de 1 000 destinations dans 170 pays.

2. L'EVOLUTION DE SON REGIME DE REMUNERATION DES AGENCES DE VOYAGES

a) La réduction de la commission versée aux agences à compter d'avril 2005

40. À la suite du mouvement dit de « *commission zéro* » lancé par les compagnies aériennes américaines, les grandes compagnies aériennes européennes, dont Air France, ont modifié, dans les années 2000, les conditions de fixation de la rémunération qu'elles versent aux agences de voyages dans le cadre de leur mandat.
41. Air France a ainsi, le 23 juillet 2004, signé avec le syndicat représentatif du métier d'agent de voyages, le Syndicat national des agences de voyages, ci-après : « SNAV » – devenu, depuis 2016, les « *Entreprises du Voyage* » – un avenant à leur protocole d'accord datant du 10 juillet 1998. En application de cet avenant, la commission auparavant versée par la compagnie aérienne sur chaque billet vendu (d'un montant maximum de 7 % à 11 % du prix du billet) a été remplacée, à compter du 1^{er} avril 2005, par une compensation *a posteriori*, assise sur le chiffre d'affaires hors taxes réalisé par l'agence pour l'émission de billets de la compagnie, dont le taux maximum est de 0,6 % de ce chiffre d'affaires.
42. L'avenant précise que les frais de service des agences de voyages, dont le montant demeure librement fixé par les agences, « *seront dissociés du prix correspondant à la prestation de transport et de toutes les autres prestations annexes offertes par Air France* », la compagnie aérienne s'engageant à mettre en place cette même distinction pour ses ventes directes. La facture au client final doit ainsi laisser apparaître, sur deux lignes distinctes, le prix du billet lui-même et les frais de service là où, auparavant, la commission reversée par la compagnie à l'agence de voyages était incluse dans le prix global facturé au client final.

b) Les conséquences de la mise en place en avril 2018 d'un nouveau procédé de distribution intermédiée, le NDC

43. Air France a développé, à l'instar des autres compagnies aériennes membres de l'IATA, un nouveau procédé de distribution de son offre pour les ventes réalisées par les agences de

voyages (le « *new distribution capability* », ou nouvelle capacité de distribution, ci-après : « NDC »), qui lui assure une plus grande maîtrise sur son offre que les circuits traditionnels des GDS.

44. La mise en place progressive du NDC a eu des implications sur la rémunération indirecte des agences de voyages : jusque-là, le modèle économique de la distribution intermédiée des billets d'avion reposait sur une rémunération des GDS par les compagnies aériennes, assise sur chaque segment de vol vendu, dont une partie était, par la suite, reversée par les GDS aux agences de voyages, pour inciter celles-ci à utiliser leurs services.
45. Les compagnies aériennes ayant rendu obligatoire leur NDC ont parallèlement instauré une surcharge due par les agences de voyages sur tous les billets qu'elles continueraient à émettre via un GDS (ci-après : « surcharge GDS »). Les compagnies justifient l'application de cette surcharge par la nécessité de couvrir la différence de coûts entre les différents canaux de distribution ; elles en attendent en outre une incitation pour les TMC à basculer plus rapidement vers le NDC. Elles ont néanmoins, à titre transitoire, mis en place des accords permettant d'exonérer les TMC de la surcharge, afin de leur laisser le temps d'adapter leurs outils de réservation au NDC.
46. La compagnie Air France a, pour sa part, imposé son NDC aux agences de voyages à compter du 1^{er} avril 2018, après en avoir fait l'annonce en novembre 2017. Elle applique en principe une surcharge GDS de 11 euros par vol (soit 22 euros pour un aller-retour) aux agences qui continuent de se fournir auprès des GDS, mais leur a accordé des accords dits de « *private channel* », ou canal privé, leur permettant de s'en affranchir temporairement : par ces contrats tripartites liant la compagnie, l'agence et le GDS, la compagnie accepte d'exempter l'agence de la surcharge GDS en contrepartie de son renoncement à la rémunération indirecte par le GDS. Les GDS eux-mêmes se sont depuis lors progressivement adaptés au processus NDC en faisant évoluer le fonctionnement technique de leurs agrégateurs de données, si bien que les accords de canal privé sont voués à disparaître.
47. D'après les prévisions de l'IATA citées par la saisissante - prévisions antérieures à la crise du secteur liée à l'épidémie de Covid-19 -, le NDC devait représenter 20 % des ventes fin 2020, 50 % en 2023 et 100 % à horizon 2025¹³. Il reste cependant encore peu utilisé : au total, en France, moins de 5 % des billets sont émis via le standard NDC¹⁴.

D. LES FAITS DENONCES DANS LA SAISINE

48. Travel Planet dénonce la mise en œuvre, par Air France, d'une stratégie globale visant à l'évincer progressivement du marché des services d'agences de voyages. Air France aurait à cette fin adopté des comportements anticoncurrentiels, relevant des articles L. 420-1 et L. 420-2 du code de commerce et des articles 101 et 102 du TFUE.
49. Travel Planet accuse Air France, à laquelle elle ne s'estime plus liée par une relation de mandat, de lui avoir imposé ses prix de revente et d'avoir exigé qu'elle fasse apparaître, dans ses factures, le prix d'achat du billet tel que fixé par la compagnie, en le distinguant explicitement des frais constituant sa marge commerciale. Elle conteste cette exigence qui irait à l'encontre de son propre procédé de facturation qui, quelle que soit la prestation

¹³ Cote 200 VNC (18/0175 F).

¹⁴ Cote 1388 VNC (20/0009 M).

fournie au client, intègre dans la ligne de prestation la marge commerciale calculée par son système de réservation.

50. Air France aurait, en outre, abusé de l'état de dépendance économique dans lequel se trouverait la saisissante en lui imposant des conditions discriminatoires. Elle a tout d'abord cessé, à compter du 1^{er} janvier 2018, de lui verser des primes alors même qu'elle atteignait les objectifs qualitatifs recommandés lui permettant d'y prétendre. Puis, par courrier du 12 février 2018, Air France a refusé de lui accorder un accord de confidentialité ou « *non disclosure agreement* », accompagnant la mise en place d'une interface qui lui aurait été nécessaire, compte tenu du niveau de sophistication de son système de réservation, pour accéder techniquement au NDC de la compagnie. Ensuite, à compter du 1^{er} avril 2018, lorsque la compagnie a imposé aux agences de voyages la généralisation du NDC, Travel Planet s'est vu refuser la signature d'un accord de canal privé (alors que toutes les autres compagnies aériennes lui ont accordé un accord équivalent) et a donc dû s'acquitter de la surcharge GDS sur tous les billets vendus.
51. Air France aurait en outre abusé de sa position dominante sur les marchés du transport de voyageurs au départ et à destination de la France et des services des agences de voyages aériens, en opposant à Travel Planet un refus d'accès à son système de distribution de billets qui constitue, selon la saisissante, une facilité essentielle. À compter du 31 juillet 2018, comme annoncé par courrier le 30 mai 2018, Air France a retiré à Travel Planet sa nomination comme agent habilité à émettre ses billets de la compagnie : depuis cette date, Travel Planet ne dispose plus ni du statut d'autorité d'émission de billets (*ticketing authority*), ni d'un accès aux offres de la compagnie via les GDS.
52. Placée dans l'impossibilité d'émettre directement des billets Air France, Travel Planet est parvenue, afin d'honorer les commandes de ses clients après le 31 juillet 2018, à se fournir en billets Air France successivement auprès de cinq courtiers qui ont émis des billets pour le compte de ses clients, jusqu'à ce qu'Air France intervienne et fasse pression successivement sur chacun d'eux afin qu'ils cessent d'approvisionner Travel Planet. Air France aurait ainsi, selon Travel Planet, organisé avec ces cinq courtiers un boycott, afin de l'empêcher de parvenir à vendre des billets de la compagnie à ses clients.
53. Travel Planet dénonce enfin la mise en place par Air France de deux types de remises ayant pour effet, ou risquant d'avoir pour effet, de verrouiller le marché : d'une part, des rabais consentis aux clients « *grands compte* » dans le cadre de leurs contrats firme et, d'autre part, des avantages commerciaux accordés aux agences de voyages sur la base d'objectifs précisément fixés par la compagnie.
54. Les relations entre Air France et Travel Planet sont très dégradées, les deux entreprises ayant engagé plusieurs contentieux l'une contre l'autre depuis 2018, dont certains demeurent pendants.

II. Discussion

55. L'article L. 462-8 du code de commerce prévoit que l'Autorité peut « *rejeter la saisine par décision motivée lorsque les faits invoqués ne sont pas appuyés d'éléments suffisamment probants* ».

56. En outre, l'article R. 464-1 du même code dispose que « *la demande de mesures conservatoires mentionnée à l'article L. 464-1 ne peut être formée qu'accessoirement à une saisine au fond de l'Autorité de la concurrence* ».

A. SUR LA NATURE JURIDIQUE DES RELATIONS COMMERCIALES ENTRE TRAVEL PLANET ET AIR FRANCE

57. La nature juridique de leur relation commerciale est débattue par les parties : Travel Planet, contrairement à Air France, estime que cette relation jusqu'au 31 juillet 2018 ne constituait pas, contrairement à sa dénomination formelle, un contrat d'agence et que, par conséquent, l'article 101 § 1, TFUE, était applicable.
58. Le Tribunal de première instance des Communautés européennes (ci-après : « TPICE ») a précisé dans son arrêt du 15 septembre 2005 dans l'affaire Daimler Chrysler contre Commission (T-325/01, § 2.) que « *si un intermédiaire exerce une activité au profit de son commettant, il peut en principe être considéré comme organe auxiliaire intégré dans l'entreprise de celui-ci, tenu de suivre les instructions du commettant et formant ainsi avec cette entreprise, à l'instar de l'employé de commerce, une unité économique. Il en est autrement si les conventions passées entre le commettant et ses agents confèrent ou laissent à ces derniers des fonctions se rapprochant économiquement de celles d'un négociant indépendant, du fait qu'elles prévoient la prise en charge, par lesdits agents, des risques financiers liés à la vente ou à l'exécution des contrats conclus avec des tiers* ». Et le TPICE de conclure : « *dès lors [qu]'un agent [...] ne détermine pas de façon autonome son comportement sur le marché, mais applique les instructions qui lui sont imparties par son commettant, les interdictions édictées par l'article 81, paragraphe 1, CE sont inapplicables dans les rapports entre l'agent et son commettant, avec lequel il forme une unité économique* ».
59. Les lignes directrices sur les restrictions verticales (2010/C 130/01) publiées par la Commission européenne le 13 octobre 2000, ci-après : « *les lignes directrices* », précisent, dans leur paragraphe 13, que « *le facteur déterminant pour la définition d'un contrat d'agence aux fins de l'application de l'article 101, paragraphe 1, est le risque commercial ou financier que supporte l'agent en relation avec les activités pour lesquelles le commettant l'a désigné* ».
60. Le Conseil de la concurrence, dans la décision n° [06-D-18](#) du 28 juin 2006 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la publicité cinématographique, comme l'Autorité de la concurrence dans la décision n° [09-D-23](#) du 30 juin 2009 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la distribution de vêtements prêt-à-porter féminin et d'accessoires, ont fait application de la jurisprudence communautaire aux termes de laquelle l'appréciation de l'applicabilité du droit des ententes à des contrats d'agence se fait au regard des risques supportés par l'agent et de son autonomie dans la détermination de sa stratégie commerciale.
61. Travel Planet conteste avoir été liée à Air France par une relation de mandat, pour deux raisons principales, qui doivent être successivement analysées au regard de la jurisprudence et de la pratique décisionnelle qui viennent d'être rappelées.
62. La saisissante estime, en premier lieu, que depuis que les compagnies aériennes ont cessé, au milieu des années 2000, de verser aux TMC une commission dont le montant couvrirait

l'intégralité de leurs frais de distribution, la nature de leurs relations commerciales a été *de facto* transformée, et ne correspondrait plus à la définition d'une relation de mandat.

63. La réglementation IATA prévoit le versement par toute compagnie aérienne d'une commission pour la vente de ses titres de transport aérien par une agence de voyages, commission dont la compagnie définit librement le taux et les modalités de versement, qu'elle est libre de modifier et qui constitue l'« *entière compensation* » pour les services rendus par l'agence¹⁵. En l'espèce, même si son taux a très sensiblement diminué à compter du 1^{er} avril 2005, il n'en reste pas moins que la compagnie Air France verse bien, conformément à la réglementation IATA, une commission aux agences de voyages, assise sur le chiffre d'affaires annuel qu'elles réalisent.
64. Travel Planet a sollicité et obtenu de l'IATA un agrément qui lui permet de représenter les compagnies aériennes qui en sont membres et d'émettre des billets pour leur compte, dès lors que chacune d'entre elles l'a expressément « *nommée* ». Elle ne peut donc prétendre ne pas connaître les implications d'un tel agrément, et notamment les obligations qui incombent aux agences de voyages qui en sont titulaires. En signant le contrat d'agence de vente de passages, elle est réputée avoir accepté les règles fixées par l'IATA, et notamment la nature de la relation qui la lie aux compagnies aériennes.
65. En tout état de cause, il ressort des lignes directrices¹⁶ que le « *facteur déterminant* » de la définition d'un contrat d'agence réside dans les risques effectivement supportés par le supposé agent et non dans le niveau de rémunération que lui verse le commettant.
66. Travel Planet prétend, en second lieu, avoir dû supporter, du fait du « *concept novateur* » qu'elle estime avoir développé, des risques financiers spécifiques qui l'éloigneraient encore davantage de la définition d'un mandataire. Selon elle, l'offre large de services annexes qu'elle propose à ses clients constitue la preuve qu'elle n'est pas le simple représentant d'Air France dans la distribution de billets d'avion, mais doit être considérée comme un intermédiaire indépendant, exerçant une activité de prestation de services autonome de la compagnie aérienne.
67. Travel Planet n'a toutefois pas apporté d'éléments suffisamment probants permettant de considérer qu'elle peut librement définir sa stratégie commerciale pour son activité consacrée à la vente de billets d'avion. Elle ne dispose pas, notamment, d'une capacité de détermination autonome de l'offre de transports aériens qu'elle vend à ses clients : cette offre dépend des décisions d'affrètement de vols prises par les compagnies aériennes, en fonction de leur propre stratégie commerciale et des contraintes qui s'imposent à elles (notamment les créneaux réservés auprès des aéroports, ou « *slots* »), sans que la TMC puisse influencer sur ces décisions d'une quelconque manière.
68. S'agissant de la propriété de la marchandise, Travel Planet soutient que son activité consiste, pour les billets d'avion, comme pour les autres prestations de voyage qu'elle propose à ses clients, dans l'achat d'une marchandise pour sa revente. Elle n'apporte toutefois aucun élément permettant de considérer qu'elle deviendrait effectivement propriétaire des billets d'avion qu'elle vend au client final et non, comme le prévoit la réglementation IATA¹⁷, et comme le soutient par ailleurs Air France, dépositaire, à titre transitoire, des fonds qu'elle encaisse auprès du client final avant de les restituer à la compagnie aérienne.

¹⁵ Manuel de l'agent de voyages – Résolution 824 de l'IATA, §§ 3 et 9.

¹⁶ Lignes directrices du 13 octobre 2000 de la Commission européenne sur les restrictions verticales (2010/C 130/01), § 13 précité.

¹⁷ Manuel de l'agent de voyages – Résolution 824 de l'IATA, § 7.

69. Travel Planet n'a pas davantage apporté d'éléments suffisamment probants permettant de considérer que le risque commercial ou financier qu'elle supportait effectivement dans le cadre des activités pour lesquelles la compagnie l'avait désignée serait de nature à remettre en cause la relation de mandat qui la lie théoriquement à Air France. L'analyse circonstanciée des risques effectivement supportés par la saisissante n'a pas permis d'établir qu'elle supportait, dans le cadre de la vente de billets d'avion, des risques allant au-delà de ceux auxquels s'expose un agent dans le cadre d'une relation de mandat.
70. De fait, quand bien même Travel Planet aurait décidé, à titre commercial, d'assumer certains risques, notamment en garantissant un prix de vente au client final avant émission des billets ou en prenant en charge certains frais exigés par les compagnies en cas de modification de son vol par le client, ce choix résulte de sa seule stratégie commerciale et non du contrat la liant à Air France.
71. S'agissant des autres risques invoqués par Travel Planet, liés, d'une part, à la promotion des ventes de billets des compagnies – notamment Air France – via des actions de publicité ou la participation à des salons, et, d'autre part, aux coûts que représentent la formation de son personnel et la location de ses locaux, la saisissante n'apporte pas d'éléments suffisamment probants permettant de considérer que l'ensemble de ces coûts iraient au-delà de ceux inhérents à l'activité d'un agent de voyages, chargé de la représentation des compagnies aériennes, dans sa fonction de distribution de billets d'avion auprès d'une clientèle donnée.

Conclusion

72. À la lumière de ces différents éléments, l'Autorité de la concurrence considère que ni la saisine, ni le dossier d'instruction, ni les débats en séance ne permettent de démontrer que Travel Planet n'aurait pas été liée à Air France par une relation de mandat avant le 31 juillet 2018. Aucun élément ne vient non plus étayer l'allégation de la saisissante selon laquelle l'ensemble des TMC, notamment celles ayant fourni des billets à Travel Planet depuis le 31 juillet 2018, ne devraient pas être considérées comme des mandataires des compagnies aériennes.

B. SUR LES PRATIQUES ALLEGUEES PAR TRAVEL PLANET

73. Sans qu'il soit besoin de discuter à ce stade l'existence d'une éventuelle position dominante d'Air France sur un des marchés où elle opère, il convient d'examiner si les pratiques alléguées par la plaignante sont appuyées d'éléments suffisamment probants.

1. SUR LE REFUS D'ACCES OPPOSE PAR AIR FRANCE A TRAVEL PLANET

74. Travel Planet soutient qu'Air France aurait abusé de sa position dominante en lui opposant un refus d'accès à son système de réservation de billets, d'abord directement en lui retirant son autorisation d'émettre des billets de la compagnie à compter du 31 juillet 2018, puis, indirectement, en interdisant aux courtiers ayant, depuis cette date, successivement fourni des billets de la compagnie à Travel Planet, de continuer de le faire.
75. Il n'est pas contesté par les parties qu'à la suite du refus opposé par Air France, Travel Planet ne peut plus, depuis le 31 juillet 2018, accéder au système de réservation de la compagnie, et ne peut donc plus vendre à ses clients de billets Air France émis directement par elle.

76. Toutefois, et sans qu'il soit besoin de se prononcer sur la question de savoir si la société Air France détiendrait, comme le soutient la saisissante, une facilité essentielle pour la fourniture de billets sur les lignes intérieures, il apparaît que le refus opposé par Air France repose sur des justifications objectives.
77. S'agissant du retrait de l'autorisation de Travel Planet d'émettre directement des billets, Air France justifie sa décision par les « *violations graves et répétées* » par Travel Planet des obligations de son mandat, d'autant plus graves qu'elles auraient été réalisées au préjudice d'établissements publics dont certains ont, depuis, résilié pour faute le marché jusqu'ici détenu par Travel Planet. La compagnie fait valoir que les pratiques de facturation de Travel Planet contreviennent tant à la réglementation IATA qu'aux obligations de transparence dans la fixation du prix des billets qui s'imposent aux compagnies aériennes. Elle soutient qu'en vertu du régime de responsabilité des compagnies aériennes vis-à-vis des passagers, elle n'avait « *pas d'autre choix* » que d'interdire à Travel Planet d'émettre des billets pour son compte, sauf à risquer d'engager sa propre responsabilité de commettant.
78. Air France ne conteste pas davantage avoir demandé aux courtiers, dont elle a successivement découvert qu'ils fournissaient des billets à Travel Planet, de ne plus distribuer à celle-ci ses titres de transport ; elle estime en effet que, en tant que commettant, elle doit, pour se conformer à la réglementation IATA, imposer certaines obligations « *tout au long de la chaîne d'émission des billets* », et donc aussi bien aux agences de voyages qu'aux courtiers qui émettent des billets d'avion en son nom et pour son compte, afin de protéger les intérêts des passagers envers lesquels elle est, conformément au contrat de transport, seule responsable de la bonne exécution de la prestation de transport aérien. C'est ce qui explique que les courtiers soient contractuellement tenus de s'assurer du respect par leurs agences clientes des règles fixées par la compagnie et qu'ils engagent leur responsabilité si une agence tierce ne les respecte pas. Air France estime qu'elle n'avait là encore « *pas d'autre choix* » que de demander aux courtiers de cesser de fournir Travel Planet au regard du risque que la responsabilité de la compagnie soit engagée dans l'hypothèse où, ayant connaissance qu'ils lui fournissent des billets, elle aurait laissé Travel Planet continuer de vendre ses billets aux conditions décrites plus haut.
79. S'agissant, par ailleurs, de la pratique de Travel Planet, non contestée par celle-ci, consistant à présenter au client un prix de billet incluant sa marge commerciale, il ressort de la réglementation rappelée plus haut (*cf. supra* I. B. 4. a) que le prix d'un billet d'avion doit être fixé par la compagnie aérienne, que ce prix ne peut être modifié à l'insu de cette dernière par un intermédiaire et qu'il doit être connu du client. Dès lors, cette pratique contrevient à la réglementation.
80. Il doit être relevé, en outre, qu'il s'est écoulé plus d'un an et demi entre le premier signalement d'écarts de facturation reçu d'un client de la compagnie en novembre 2016 et le retrait du mandat d'émission à Travel Planet. Il apparaît ainsi qu'Air France a, à plusieurs reprises, tenté de résoudre le différend avec Travel Planet avant de lui interdire d'émettre des billets pour son compte et que Travel Planet ne semble, pour autant, jamais avoir cherché à se conformer aux demandes d'Air France.
81. Ainsi, en réponse aux demandes répétées d'explication de la compagnie, Travel Planet n'a pas nié ses pratiques de facturation : après avoir plaidé l'erreur de paramétrage de son système informatique, elle a justifié les écarts de facturation par la marge qu'elle applique sur ses ventes. Toutefois, au cours de la séance devant l'Autorité de la concurrence, la saisissante n'a pas été en mesure de justifier ses modalités de présentation de ses factures au client final et notamment son refus de faire explicitement apparaître la totalité de sa marge commerciale sur une ligne séparée du prix du billet fixé par la compagnie.

82. S'agissant de la relation avec les courtiers, il ressort du dossier d'instruction, et notamment des réponses des courtiers, qu'Air France n'a pas davantage mis en œuvre une pratique généralisée de pressions sur les courtiers, mais des actions ciblées visant à ne plus permettre à Travel Planet de contourner l'interdiction de vendre ses billets.
83. Air France a, en outre, pu se prévaloir, dans ses échanges avec ses fournisseurs, du jugement rendu en première instance par le tribunal de commerce de Lille le 16 octobre 2018 qui, ayant jugé régulière la rupture du mandat de Travel Planet, a explicitement invité la compagnie à exercer ses propres contrôles sur les ventes indirectes afin de ne pas permettre à Travel Planet de contourner son interdiction d'émettre.
84. Enfin, la compagnie n'a pas, par ces pratiques qui visaient à protéger ses intérêts commerciaux, restreint la concurrence ou renforcé sa position sur les marchés où elle opère.
85. Dès lors, l'Autorité de la concurrence estime qu'il n'est pas démontré par la saisissante qu'Air France soit allée au-delà de ce qui est permis à une entreprise, même potentiellement en position dominante, pour préserver ses propres intérêts commerciaux, par l'accomplissement d'actes appropriés et proportionnés, sans que ces pratiques commerciales aient eu pour objet de renforcer sa prétendue position sur le marché.

Conclusion

86. Travel Planet n'apporte pas d'éléments suffisamment probants permettant de considérer que le retrait par Air France de son autorisation d'émettre des billets pour son compte ne répondrait pas à une nécessité objective, justifiée par le non-respect par Travel Planet des exigences qui s'imposent aux agences de voyages quant à la présentation au client du prix des billets fixé par la compagnie. Elle n'apporte pas davantage d'éléments suffisamment probants permettant de considérer que les interdictions successivement faites aux courtiers de continuer de fournir des billets à Travel Planet n'étaient pas nécessaires pour faire appliquer l'interdiction d'émettre et ne constituaient pas une réponse proportionnée de la part d'Air France.
87. Il ressort de l'ensemble des développements précédents que les pratiques de refus d'accès dénoncées par Travel Planet ne sont pas appuyées d'éléments suffisamment probants.

2. SUR LE TRAITEMENT DISCRIMINATOIRE ALLEGUE

88. Travel Planet soutient qu'Air France a adopté à son encontre, avant de ne plus lui permettre d'émettre directement de billets, un comportement discriminatoire en lui refusant successivement un accès à son NDC puis un accord de canal privé, et enfin un accès aux tarifs négociés dans le cadre de contrats firme, lui appliquant ainsi des conditions plus défavorables que celles consenties à d'autres agences de voyages, pourtant placées, selon elle, dans des conditions équivalentes. Air France justifie ces refus successifs par les manquements de Travel Planet aux obligations de son mandat.
89. Il ressort de la pratique décisionnelle¹⁸ qu'un traitement discriminatoire consiste, pour un acteur en position dominante, à appliquer à l'égard de partenaires commerciaux des conditions inégales à des prestations équivalentes.

¹⁸ Cf., notamment, décision n° [14-D-06](#) du 8 juillet 2014 relative à des pratiques mises en œuvre par la société Cegedim dans le secteur des bases de données d'informations médicales, §§ 158 et suivants.

90. Les éléments au dossier ne permettent pas d'établir que Travel Planet, qui est, d'après Air France, la seule TMC française à laquelle elle ait refusé un accès à son NDC et un accord de canal privé, en raison du caractère frauduleux du régime de facturation et de marge qu'elle avait mis en place, a fait l'objet d'un traitement discriminatoire. La saisissante n'apporte en effet pas d'éléments suffisamment probants permettant de considérer qu'elle offrait des prestations équivalentes à celles des TMC auxquelles Air France a accordé ces deux types de contrats et notamment que ces autres TMC ont adopté le même régime de marge qu'elle.
91. Enfin, si Travel Planet n'a plus eu accès aux tarifs firme à compter du 1^{er} août 2018, c'est parce que l'émission de billets via des courtiers ne rendait pas cet accès possible, les contrats firme les réservant, afin d'éviter les risques de fraude, à l'agence ou aux agences agréée(s) expressément désignée(s) par le client.

Conclusion

92. Il apparaît ainsi que la saisine n'est pas appuyée d'éléments suffisamment probants en ce qui concerne l'existence d'un traitement discriminatoire par Air France.

3. SUR LES AUTRES PRATIQUES ALLEGUEES

a) Prix imposés

93. Une entente ne pouvant exister qu'entre entreprises autonomes au sens du droit de la concurrence, les accords de deux entreprises liées par un contrat d'agence ne peuvent relever du droit des ententes. Or, au vu des éléments apportés par Travel Planet dans la saisine et au cours de l'instruction, il n'est pas possible de requalifier le contrat qui lie Air France à Travel Planet en accord vertical soumis aux articles L. 420-1 du code de commerce et 101 TFUE (*cf. supra*, II. A.).
94. Il en résulte que les faits invoqués dans la saisine ne sont pas appuyés d'éléments suffisamment probants en ce qui concerne l'existence d'une pratique anticoncurrentielle de prix imposés de la part d'Air France.

b) Abus de dépendance économique

95. Travel Planet estime que l'offre de billets Air France est indispensable à l'activité d'une agence de voyages spécialisée dans le secteur des voyages d'affaires en France : en premier lieu, la compagnie est la plus présente sur les vols intérieurs, certaines liaisons n'étant assurées que par elle ou par ses filiales ; elle dispose en second lieu dans les principaux aéroports français des créneaux horaires (ou « *slots* ») les plus adaptés à la demande des voyageurs professionnels ; elle propose enfin à ses clients professionnels des contrats de fidélisation avantageux, propres à capter encore davantage leur demande. La saisissante reproche dès lors à Air France d'avoir abusé de son état de dépendance économique en lui opposant un refus d'accès et des conditions discriminatoires.
96. Le deuxième alinéa de l'article L. 420-2 du code de commerce interdit, « *dès lors qu'elle est susceptible d'affecter le fonctionnement ou la structure de la concurrence, l'exploitation abusive par une entreprise ou un groupe d'entreprises de l'état de dépendance économique dans lequel se trouve à son égard une entreprise cliente ou fournisseur* ».
97. Sans qu'il soit besoin de se prononcer sur la situation de dépendance économique alléguée par Travel Planet, il apparaît que les comportements dénoncés par la saisissante ne sont pas susceptibles de constituer des abus au sens de l'article précité. Aucun élément au dossier ne

vient en effet étayer la thèse d'un refus d'accès injustifié ou d'un traitement discriminatoire imposé par Air France à Travel Planet (*cf. supra*, II. B. 1. et 2.).

c) Boycott

98. En l'absence de démonstration de l'existence d'un accord de volontés, marqué d'une part par l'invitation d'une partie à l'accord à mettre en œuvre une pratique et, d'un autre côté, l'acquiescement d'au moins une partie à cette invitation, l'allégation de boycott doit également être rejetée pour défaut d'éléments probants. La saisissante n'apporte aucune pièce attestant de l'implication directe des agences de voyages qu'elle incrimine, pas plus que de « *consignes* » excédant celles qu'un commettant peut donner à son préposé. Aucun élément au dossier ne permet d'établir l'existence d'une action anticoncurrentielle concertée entre Air France et les courtiers.
99. Au surplus, s'agissant du comportement dénoncé par Travel Planet consistant pour Air France à prendre contact avec certains de ses clients ou des clients potentiels (« *prospects* ») aux fins de la discréditer, il ressort de l'instruction que ces contacts ont été pris par la compagnie avec ses propres clients, dans le but de les prévenir que Travel Planet ne pouvait plus émettre de billets de la compagnie à compter du 31 juillet 2018 et que, dès lors, les billets qu'elle pourrait leur fournir ne pourraient être émis au tarif firme négocié, information dont ils ne pouvaient avoir connaissance par ailleurs. La saisissante n'apporte pas d'éléments suffisamment probants permettant de considérer que la compagnie ait excédé ce qu'il lui était possible de faire dans le cadre de la relation contractuelle la liant avec ses clients grand compte.

d) Rabais fidélisants

100. Enfin, sur l'allégation de Travel Planet selon laquelle Air France aurait mis en place un système de rabais fidélisants, tant à l'égard des TMC que de ses clients grand compte, il ne ressort de la saisine et du dossier d'instruction aucun élément probant permettant d'étayer l'hypothèse d'un effet anticoncurrentiel des systèmes de remises mis en place par la compagnie.

Conclusion

101. L'Autorité de la concurrence estime par conséquent qu'aucune des pratiques susvisées n'est appuyée d'éléments suffisamment probants et que la saisine de Travel Planet doit être rejetée sur ces points également.

Conclusion générale

102. Il résulte des éléments précédents que les faits invoqués dans le cadre de la saisine de Travel Planet ne sont pas appuyés d'éléments suffisamment probants pour étayer l'existence de pratiques qui auraient pour objet ou pour effet d'entraver le libre jeu de la concurrence au sens des dispositions des articles L. 420-1 et L. 420-2 du code de commerce et 101 et 102 du TFUE.
103. Cette conclusion ne préjuge pas de l'analyse à laquelle pourrait se livrer l'Autorité si de nouveaux éléments relatifs au comportement d'Air France étaient portés à sa connaissance.
104. Il convient donc de faire application des dispositions de l'article L. 462-8 du code de commerce et de rejeter au fond la saisine enregistrée sous le numéro 18/0175 F et, partant, la demande de mesures conservatoires enregistrée sous le numéro 20/0009 M.

DÉCISION

Article 1^{er} : La saisine de la société Travel Planet France enregistrée sous le numéro 18/0175 F est rejetée.

Article 2 : La demande de mesures conservatoires de la société Travel Planet France enregistrée sous le numéro 20/0009 M est rejetée.

Délibéré sur le rapport oral de Mme Sophie Debail, rapporteure, et l'intervention de M. Umberto Berkani, rapporteur général adjoint, par M. Henri Piffaut, vice-président, président de séance, Mme Fabienne Siredey-Garnier et Mme Irène Luc, vice-présidentes.

La secrétaire de séance,

Le président de séance,

Claire Villeval

Henri Piffaut

© Autorité de la concurrence