



## Hotell får sätta olika priser hos olika onlineresebyråer

*FAKTA: Konkurrensverkets utredningar avseende prisparitetsvillkor mellan onlineresebyråer och hotell (Booking.com, dnr 596/2013 och Expedia, dnr 595/2013).*

Konkurrensverket utredde under åren 2014 och 2015 s.k. prisparitetsvillkor i avtal mellan hotell och företag som tillhandahåller onlineresebyråtjänster (s.k. onlineresebyråer eller på engelska OTA, Online Travel Agencies). Konkurrensverkets utredningar avsåg avtalsvillkor som tillämpades av de två största onlineresebyråerna i Sverige, Booking.com respektive Expedia. Ärendet som avsåg Booking.com avslutades med ett beslut om att godta ett frivilligt åtagande medan ärendet som rörde Expedia avslutades med ett avskrivningsbeslut sedan företaget ändrat sina avtalsvillkor.

### Vad är en onlineresebyrå?

En onlineresebyrå är ett företag som tillhandahåller en eller flera plattformar på internet. På en sådan plattform kan konsumenterna söka, jämföra och boka hotellrum på de hotell som är anslutna till plattformen. Ett hotell ansluter sig till en onlineresebyrås plattform genom att ingå avtal med onlineresebyråen. Sedan är det hotellet som bestämmer och laddar upp de rumspriser som ska visas för konsumenterna på plattformen. Onlineresebyråen får betalt för sina tjänster genom en provision som hotellet betalar när konsumenterna bokar rum genom plattformen. Om konsumenterna endast använder plattformen för att söka och jämföra hotell, men inte bokar hotellrum via den plattform som de hittat rummet på, så utgår inte någon ersättning till den aktuella onlineresebyråen.

### Marknaden för onlineresebyråtjänster i Sverige

I Sverige finns det två huvudsakliga onlineresebyråer. Den största är Booking.com, som driver plattformen med samma namn. Den näst största är Expedia, som driver plattformarna Hotels.com och Expedia.com. De flesta hotell är anslutna både till Booking.coms och till Expedias plattformar.

Konkurrensverkets utredningar har visat att hotellen och onlineresebyråerna inte konkurrerar på samma relevanta marknad. Detta beror framför allt på att onlineresebyråerna erbjuder konsumenterna en sök- och jämförelsefunktion som enskilda hotell inte har möjlighet att erbjuda. Onlineresebyråer och hotell är därmed verksamma i olika led av distributionskedjan där hotellen försöker onlineresebyråerna med hotellrum som dessa förmedlar på uppdrag av hotellen.

### Prisparitetsvillkor

Både Booking.com och Expedia har tillämpat s.k. prisparitetsvillkor i sina avtal med hotellen.

Prisparitetsvillkoren innebar att ett hotell inte fick erbjuda konsumenterna ett lägre pris vare sig via en konkurrerande onlineresebyrå eller i sin egen försäljningskanal, exempelvis via hotellets egen webbplats.

Booking.com och Expedia tillämpade också liknande paritetsvillkor avseende andra villkor beträffande rummet eller bokningen, som t.ex. avbokningsregler eller frukost i rumspriset.

## Konkurrensbegränsande samarbete

Enligt 2 kap. 1 § konkurrenslagen (2008:579) och artikel 101 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt (FEUF) är det förbjudet för företag att ingå avtal eller samarbeta på ett sätt som begränsar konkurrensen. Bestämmelserna omfattar såväl avtal mellan konkurrenter som avtal mellan företag som inte konkurrerar med varandra. Inte alla samarbeten som begränsar konkurrensen är otillåtna. Enligt 2 kap. 2 § konkurrenslagen ges möjlighet till undantag för samarbeten som medför övervägande positiva effekter för konsumenterna. Detta kan t.ex. vara fallet om samarbetet ger upphov till effektivitetsvinster på ett sätt som även gynnar konsumenterna genom lägre priser eller högre kvalitet.

Företag som inte konkurrerar med varandra och som ingår i samma distributionskedja för en produkt eller tjänst har ofta ett gemensamt intresse i att öka eller förbättra försäljningen av den aktuella varan eller tjänsten. Avtal mellan företag som inte konkurrerar med varandra är därför ofta positiva för konkurrensen och konsumenterna. Ibland kan sådana avtal dock ge upphov till konkurrensproblem.

## Vad var konkurrensproblemen med onlineresebyråernas prisparitetsvillkor?

*Konkurrensbegränsning* – Onlineresebyråernas prisparitetsvillkor begränsade konkurrensen mellan onlineresebyråerna. Prisparitetsvillkoren innebär att det pris på hotellrum som hotellet laddar upp via en onlineresebyrås plattform inte får vara högre än på någon konkurrerande onlineresebyrås plattform eller i någon annan försäljningskanal. Om en onlineresebyrå höjer sin provision gentemot hotellet kan hotellet därför inte svara med att höja rumspriset enbart i förhållande till den onlineresebyrå, eftersom priset då skulle vara lägre i andra kanaler och därmed bryta mot paritetvillkoret.


Detta medför att en onlineresebyrå som tillämpar prisparitetsvillkor kan höja sin provision utan att provisionshöjningen leder till ett högre rumspris på onlineresebyråns plattform relativt andra plattformar. Detta betyder i sin tur att onlineresebyråerna kan höja sin provision utan att tappa efterfrågan till andra plattformar. Under sådana förutsättningar och mot bakgrund av att hotellet har behov av att vara anslutna till flera onlineresebyråer har onlineresebyråer mindre anledning, än vad som annars vore fallet, att konkurrera med varandra genom att erbjuda hotell låga provisioner eller på annat sätt konkurrera med varandra genom att erbjuda hotell mer attraktiva tjänster och erbjudanden.

Prisparitetsvillkoren innebär även att det pris på hotellrum som hotellet laddar upp via onlineresebyråns plattform inte får vara högre än det pris som hotellet erbjuder via sina egna kanaler, t.ex. hotellets egen webbplats. Konkurrensverket har inte funnit stöd för att denna del av prisparitetsvillkoren orsakar konkurrensproblem.

*Inträdeshinder* – Prisparitetsvillkor kan också leda till inträdeshinder på marknaden eftersom en onlineresebyrå inte kan träda in på marknaden genom att konkurrera med låga provisioner eller andra erbjudanden till hotellet i utbyte mot att hotellet erbjuder lägre rumspriser via den onlineresebyråns plattform.

## Finns det effektivitetsvinster?

Konkurrensverket har i sina utredningar beaktat att prisparitetsvillkoren i förhållande till hotellens webbplatser kan förhindra att hotellet åker snålskjuts på onlineresebyråernas investeringar. Hotellet betalar bara onlineresebyråerna om det sker en rumsbokning genom byråerna. Med den betalningsmodellen kan snålskjutsproblem uppstå om hotell visas och är sökbara på onlineresebyråernas plattformar och kunder hittar hotellet genom plattformarnas sök- och



jämförelsetjänster, men sedan går till hotellens egna webbplatser och bokar sina rum där i stället för på onlineresebyråernas plattformar. Det finns i så fall en risk att hotell kan öka antalet bokningar i sina egna bokningskanaler genom att dra nytta av onlineresebyråers investeringar i att attrahera kunder utan att behöva betala något till onlineresebyråerna. Genom att minska risken för sådan snålskjuts kan prisparitetsvillkoret bidra till att onlineresebyråerna kan fortsätta att erbjuda användarvänliga och avgiftsfria sök- och jämförelsetjänster.

### Konkurrensverkets preliminära bedömning

Konkurrensverket gjorde bedömningen att prisparitetsvillkoren i den del de reglerade förhållandet mellan priser hos konkurrerande onlineresebyråer kunde strida mot förbudet mot konkurrensbegränsande samarbete i 2 kap. 1 § konkurrenslagen, samt artikel 101 i FEUF.

### Booking.com

För att åtgärda det identifierade konkurrensproblemet har Booking.com åtagit sig att inte tillämpa villkoren om paritet avseende pris och andra villkor i förhållande till Booking.coms konkurrenter. Booking.com har vidare åtagit sig att inte tillämpa villkor om paritet avseende antal och typ av tillgängliga rum.

Vad gäller hotellens egen försäljning har Booking.com åtagit sig att inte tillämpa villkor om paritet avseende priser och andra villkor beträffande försäljning som sker i hotellens offlinekanaler. Inte heller får Booking.com ställa krav på paritet avseende sådana rumspriser och andra villkor som inte är tillgängliga online för allmänheten, utan som hotellen endast erbjuder vissa kunder eller kundgrupper.

Åtagandet som avser prisparitetsvillkoren ger hotellen möjlighet att erbjuda ett lägre rumspris via en onlineresebyrå i utbyte mot att denna erbjuder hotell en lägre provision.

Enligt Konkurrensverkets bedömning återställer åtagandet på så sätt konkurrensen mellan Booking.com och dess konkurrenter.

De övriga åtagandena avseende andra villkor än pris innebär att hotellen får större möjlighet att gynna de onlineresebyråer som erbjuder hotellen bättre villkor, särskilt lägre provisioner, och bidrar därigenom till att återställa konkurrensen mellan onlineresebyråer, till nytta för konsumenterna.

Konkurrensverket avslutade sin utredning mot Booking.com genom ett beslut om att godta Booking.coms åtagande.

<http://www.konkurrensverket.se/nyheter/battre-for-konsumenterna-efter-atagande-fran-booking-com/>

### Expedia

Under Konkurrensverkets utredning avseende Expedias paritetsvillkor ändrade Expedia sina avtalsvillkor med hotell på ett likartat sätt som Booking.com åtog sig att göra. Mot den bakgrunden saknades skäl att fortsätta utredningen. Konkurrensverket avslutade därför sin utredning mot Expedia genom ett avskrivningsbeslut.

<http://www.konkurrensverket.se/nyheter/granskning-av-onlineresebyran-expedia-avslutas/>

### Internationellt samarbete

Konkurrensverkets båda utredningar samordnades med konkurrensmyndigheterna i Frankrike och i Italien. Dessa myndigheter beslutade samma dag som Konkurrensverket att godta Booking.coms åtagande. Europeiska kommissionen bistod konkurrensmyndigheterna i denna samordning.

Även om utredningarna bedrevs på nationell nivå och samordnades mellan tre EU-länder har Booking.com och Expedia ändrat sina avtalsvillkor med hotell belägna inom hela EES-området.

I Tyskland har konkurrensmyndighetens utredningar mot onlineresebyråerna HRS och Booking.com lett till beslut om totalförbud mot paritetsvillkor, dvs. även paritetsvillkor mellan hotellens egen kanal och onlineresebyråer. I Frankrike och Österrike har motsvarande totalförbud införts genom lagändringar. En liknande lagändring diskuteras i Italien.

## Uppföljning av förändringarna inom onlinebokning av hotellrum

Under 2016 har Konkurrensverket, tillsammans med nio andra konkurrensmyndigheter<sup>1</sup> och Europeiska kommissionen, genomfört en uppföljning av effekterna av de förändrade avtalsvillkoren i de aktuella medlemsstaterna.

Uppföljningen visar att det numera är mer vanligt förekommande att hotell erbjuder olika priser på olika onlineresebyråer, eller att hotellen erbjuder olika produktbudanden till olika onlineresebyråer än vad som tidigare var fallet. Detta är viktiga steg för att skapa förutsättningar för konkurrens mellan onlineresebyråerna.

Kommissionsavgifterna som onlineresebyråerna tar ut av hotellen i de aktuella medlemsländerna har varit förhållandevis stabila eller har minskat något under perioden mellan januari 2014 till juni 2016. En majoritet av hotellen som deltog i en elektronisk enkät svarade att det inte har skett någon betydande förändring i kommissionsavgifterna efter förändringarna i avtalsvillkoren.

<sup>1</sup>De andra deltagande myndigheterna är konkurrensmyndigheterna i Belgien, Frankrike, Irland, Italien, Nederländerna, Storbritannien, Tjeckien, Tyskland och Ungern.

Uppföljningen visar dock att det behövs större kännedom hos hotellen om de förändringar som har gjorts i avtalsvillkoren och vad dessa innebär. Flera hotell känner inte till de förändringar som har genomförts och vad dessa innebär för deras möjligheter att sätta olika priser i olika kanaler.

Baserat på resultaten i uppföljningen konstaterade generaldirektörerna för konkurrensmyndigheterna inom European Competition Network, ECN, vid ett möte i februari 2017 att fortsatt följa utvecklingen inom onlinebokning av hotellrum i syfte att ge marknaden mer tid att anpassa sig till de förändringar som de tidigare utredningarna gett upphov till, för att vid senare tillfälle återigen utvärdera konkurrensen inom onlinebokning av hotellrum.

Rapporten från uppföljningsarbetet finns publicerad på kommissionens webbplats: [http://ec.europa.eu/competition/ecn/hotel\\_monitoring\\_report\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/competition/ecn/hotel_monitoring_report_en.pdf)

6 april 2017