

Ifrågasatt konkurrensproblem avseende bokning av hotellrum via onlineresebyråer

Konkurrensverkets beslut

Konkurrensverket kommer inte att utreda ärendet vidare.

Ärendet

Bakgrund

Expedia Inc. är ett amerikanskt bolag som är moderbolag i en internationell koncern ("Expedia") som är verksam inom onlineresebyråbranschen. I koncernen finns det svenska bolaget Expedia Sweden AB vars verksamhet består i att tillhandahålla marknadsförings- och leverantörsfunktioner inom resebranschen.

Konkurrensverket inledde år 2013 en utredning avseende vissa villkor i Expedias avtal med svenska hotell. Villkoren innebar att de priser på hotellrum som hotellen erbjuder via Expedia måste vara lika eller bättre än de priser som hotellen erbjuder eller tillämpar i andra försäljningskanaler (s.k. prisparitetsvillkor). Utredningen har även omfattat paritetsvillkor som gäller tillgänglighet på rum och andra villkor om t.ex. avbokningsregler och frukost. Konkurrensverkets utredning har fokuserat på frågan om paritetsvillkor utgör en överträdelse av förbudet mot konkurrensbegränsande samarbeten i 2 kap. 1 § konkurrenslagen (2008:579), KL, och artikel 101 i fördraget om den Europeiska unionens funktionssätt, FEUF.

Utredningen avseende Expedias avtalsvillkor har bedrivits parallellt med en annan utredning¹ som avsåg motsvarande villkor i avtal mellan svenska hotell och en annan aktör på marknaden för onlineresebyråtjänster, Booking.com. Konkurrensverket beslutade den 15 april 2015 att godkänna ett frivilligt åtagande från Booking.com enligt 3 kap. 4 § KL.

¹ Ärende med dnr 596/2013.

Konkurrensverket har genomfört en rad utredningsåtgärder. Framför allt har Konkurrensverket i olika skeden i ärendet varit i kontakt med hotellföretag och onlineresebyråer samt begärt in information och ekonomiska data från olika marknadsaktörer.

Expedia har från den 1 augusti 2015 ändrat sina villkor bl.a. vad avser prisparitet.

Expedias verksamhet

Expedias huvudsakliga verksamhet består i att tillhandahålla onlineresebyrå-tjänster. Bland de resetjänster som Expedia tillhandahåller via sina plattformar finns tjänster för bokning av hotellrum, flyg, paketresor och biluthyrningar. Företaget tillhandahåller plattformar i mer än 70 länder och på flera språk. Expedias viktigaste varumärken för bokning av hotellrum är Expedia, Hotels.com och Venere.

Marknaden för onlineresebyrå-tjänster

En onlineresebyrå tillhandahåller internetplattformar genom vilka konsumenter kan söka, jämföra och boka hotellrum på hotell som är anslutna till den aktuella plattformen. Efter att konsumenten har angett var hotellet ska vara beläget och aktuella datum kan konsumenten förfina sökningen genom att välja vissa kriterier såsom pris, hotellets antal stjärnor, kundomdömen, faciliteter, boendetyp m.m. Konsumenten kan sedan boka valt hotell direkt via onlineplattformen utan att ha någon kontakt med det enskilda hotellet.

Hotell som har anslutit sig till plattformen genom att ingå avtal med onlineresebyrån laddar upp information och bilder avseende det egna hotellet på plattformen. Det är hotellen som bestämmer och laddar upp de rumspriser som ska visas för konsumenterna på plattformen. Ersättningen som onlineresebyråerna får från hotellen består av en provision som utgår vid varje genomförd bokning. Om en konsument använder onlineresebyråernas sök- och jämförelsetjänst utan att genomföra någon bokning på plattformen utgår inte någon ersättning.

Konkurrensverkets bedömning i ärendet avseende Booking.com

I den ovan nämnda parallella utredningen avseende Booking.com har Konkurrensverket preliminärt avgränsat den relevanta marknaden till marknaden för tillhandahållande av onlineresebyrå-tjänster avseende hotell belägna i Sverige. Det finns två huvudsakliga aktörer på denna marknad. Den största aktören är Booking.com och den nästa största aktören är Expedia.

I sin preliminära bedömning i ärendet avseende Booking.com ansåg Konkurrensverket att avtalsvillkoren som garanterade Booking.com samma eller bättre pris än det pris som erbjöds via Booking.coms konkurrenter för samma rum (s.k. horisontell prisparitet) begränsade konkurrensen mellan Booking.com och andra onlineresebyråer. Avtalsvillkoren som garanterade Booking.com samma eller bättre pris för samma rum än det pris som hotellen erbjöd via sina egna

kanaler (s.k. vertikal prisparitet) ansågs inte begränsa konkurrensen utöver den begränsning som uppstod av den horisontella prispariteten.

För att undanröja de av Konkurrensverket identifierade konkurrensproblemen gav Booking.com in ett frivilligt åtagande. Konkurrensverket fann i ett beslut den 15 april 2015 att Booking.coms frivilliga åtagande undanröjde konkurrensproblemen och beslutade därför att godta åtagandet.

Åtagandet innebär bl.a. att Booking.com inte får hindra hotell från att erbjuda lägre priser via konkurrerande onlineresebyråer än via Booking.com. Booking.com får inte heller hindra hotell från att erbjuda lägre rumspriser i en annan onlinekanal (t.ex. till medlemmar i hotellets lojalitetsprogram) eller en offlinekanal (t.ex. bokningar via telefon eller på plats) än via Booking.com, förutsatt att dessa priser inte marknadsförs eller görs tillgängliga för allmänheten online.

Skäl för beslutet

Vid bedömningen av om en fråga som har utretts ska granskas ytterligare väger Konkurrensverket bland annat in hur allvarligt problemet är och hur viktigt det är att få ett vägledande avgörande. Av betydelse är även Konkurrensverkets förutsättningar att effektivt utreda och ingripa mot det aktuella konkurrensproblemet.

Konkurrensverkets utredning har visat att Expedia har en stark ställning på marknaden. Omständigheter som talar för detta är att många hotell anser sig behöva vara anslutna till Expedia, Expedias provisionssatser samt svenska hotells relativt låga beläggningsgrad vilket ökar behovet att använda onlineresebyråer till att attrahera gäster som hotellen har svårt att nå ut till på andra sätt.

Den nu aktuella utredningen berör likartade avtalsvillkor som de som var föremål för Konkurrensverkets utredning i ärendet avseende Booking.coms avtal med hotell. Med hänsyn bl.a. till den ställning som Expedia enligt Konkurrensverkets bedömning har på marknaden för tillhandahållande av onlineresebyråtjänster avseende hotell belägna i Sverige har Konkurrensverket preliminärt funnit att Expedias paritetsvillkor har påverkat konkurrensen på ett likartat sätt som Booking.coms paritetsvillkor.

Expedia har numera meddelat hotellen att Expedia avstår från att tillämpa vissa avtalsvillkor från den 1 augusti 2015. Expedia tillämpar inte längre villkor om paritet vad gäller pris och andra förmåner (såsom avbokningsregler och frukost) som hotellen erbjuder via konkurrerande onlineresebyråer. Detsamma gäller pris och förmåner som inte publiceras eller marknadsförs för allmänheten online t.ex. priser och förmåner som erbjuds via hotellens offlinekanaler eller inom ramen för hotellens lojalitetsprogram. Vidare tillämpar Expedia inte villkor om paritet vad

gäller antal rum som hotellen tillgängliggör via onlineresebyråer eller via hotellens övriga försäljningskanaler.

Expedia har därmed ändrat sina avtalsvillkor på ett likartat sätt som Booking.com har åtagit sig. Sådana villkor som Konkurrensverket preliminärt ansåg var konkurrensbegränsande finns således inte längre kvar i Expedias avtal med svenska hotell.

Med hänsyn härtill anser Konkurrensverket att det saknas skäl att utreda ärendet ytterligare. Konkurrensverkets beslut att inte utreda saken vidare innebär inte ett ställningstagande till om Expedias tidigare eller nuvarande paritetsbestämmelser strider mot konkurrensreglerna.

Särskild talan

Konkurrensverkets beslut att inte utreda det påtalade konkurrensproblemet ytterligare kan inte överklagas. Detta följer av 7 kap. 1 § KL.

De företag som berörs av beslutet kan däremot på egen hand väcka talan vid domstol för att få saken prövad enligt 3 kap. 2 § KL. Ett berört företag kan t.ex. vara det företag som påtalat ett visst förfarande för Konkurrensverket, om företagets rättsställning påverkas av verkets beslut eller om beslutet får påtaglig verkan för företaget.

Särskild talan om förbud mot konkurrensbegränsande samarbete mellan företag enligt 2 kap. 1 § KL eller enligt artikel 101 FEUF väcks genom ansökan om stämning vid Marknadsdomstolen.

Detta beslut har fattats av enhetschefen Martin Mandorff. Föredragande har varit sakkunniga Sophie Ducaté.

Martin Mandorff

Sophie Ducaté

Detta beslut publiceras på Konkurrensverkets webbplats

Kopia:
Expedia Inc.