

P2B Regulation: une amorce pour l'industrie hôtelière

Situation initiale

Le 12 juillet, un nouveau règlement entre en vigueur garantissant davantage d'équité et de transparence dans le rapport entre les hôtels et les plates-formes de réservation en ligne ¹. Ce règlement admet que les plates-formes en ligne disposent d'une capacité de négociation plus importante; ce qui leur permet, dans les faits, d'agir de façon unilatérale qui peut s'avérer injuste et par conséquent néfaste pour les intérêts légitimes de leurs utilisateurs professionnels, et de manière indirecte, des consommateurs. Par conséquent, le règlement fixe certaines règles assurant aux utilisateurs professionnels de services d'intermédiation en ligne bénéficient de la transparence, de l'équité et des possibilités de recours réelles et appropriées.

Applicabilité aux hôtels

Le règlement s'applique aux hôtels dont le lieu d'établissement et de résidence se situe dans l'Union européenne (UE) et qui vendent leurs biens et services aux consommateurs de l'UE. Il s'applique principalement aux hôtels dont les conditions de vente ont été unilatéralement déterminées par le fournisseur de services d'intermédiation en ligne. Cependant, les hôtels disposant de contrats de négociation profitent aussi de plus de transparence grâce à ce règlement. Les nouvelles règles sont particulièrement importantes pour les hôtels qui travaillent avec les grandes plates-formes de réservation en ligne (OTA) comme booking.com ou Expedia.

Points clés

Le règlement inclut sept points clés pertinents pour les hôtels.

- 1) **Conditions de vente** Lorsqu'une OTA fixe de façon unilatérale les conditions de vente, qui sont évaluées au cas par cas, celles-ci doivent:
 - a. être accessibles pour les utilisateurs professionnels à chaque étape de leur relation professionnelle, y compris dans la phase précontractuelle;
 - b. être rédigés en des termes simples et compréhensibles, et non de façon vague;
 - c. inclure les informations sur les canaux de distribution supplémentaires et les programmes potentiels y afférents;
 - d. inclure des informations générales sur la propriété et le contrôle des droits de propriété intellectuelle des utilisateurs professionnels, comme les marques et les logos;
 - e. énoncer les motifs des décisions de suspension, résiliation ou restriction de la fourniture de leurs services en ligne.

Toute modification des conditions de vente doit être communiquée de façon claire et anticipée avec un préavis d'au moins 15 jours si elle requiert de l'hôtel des changements d'ordre technique ou commercial.

2) Restriction, résiliation et suspension des services

Si une OTA restreint ou suspend l'inscription d'un hôtel, elle doit fournir à l'hôtel une explication des motifs. Si une OTA résilie ses services, elle doit en informer l'hôtel au moins 30 jours à l'avance. Les hôtels doivent aussi avoir la possibilité de recourir contre une telle décision par le biais de la procédure de réclamation interne (voir ci-après).

¹ Le règlement (EU) 2019/1150 du Parlement et du Conseil européen du 20 juin 2019 promeut l'équité et la transparence pour les utilisateurs professionnels de services d'intermédiation en ligne.

3) Paramètres de classification

Les paramètres de classification doivent être clairs. Une OTA doit décrire les principaux paramètres de classification ainsi que leur importance dans les conditions de vente. Les moteurs de recherche (p. ex. Google) doivent fournir une description intelligible et publique des principaux paramètres qui déterminent les positionnements de recherche. Les deux types d'institutions doivent aussi stipuler clairement si les classements sont influencés par une rémunération.

4) Clauses contractuelles

Les conditions contractuelles doivent être justes. L'OTA n'a pas le droit d'imposer des modifications rétroactives de ses conditions de vente. Elle doit également s'assurer que les conditions de vente incluent les informations relatives aux conditions auxquelles les hôtels peuvent résilier leur rapport contractuel.

5) Accès aux données

L'OTA doit fournir aux hôtels une description de l'accès technique et contractuel, ou de l'absence d'accès, aux données personnelles ou d'autre nature provenant des utilisateurs professionnels ou des consommateurs ou générées par le biais des commissions issues des services d'intermédiation en ligne.

Les utilisateurs professionnels peuvent décider de ne plus partager de données avec des tiers par le biais du service d'intermédiation en ligne si ce n'est pas nécessaire au bon fonctionnement dudit service.

6) Restrictions sur l'offre de conditions différentes

Si une OTA limite la capacité d'un hôtel à proposer les mêmes offres sur d'autres plates-formes (p. ex. via les clauses de parité), elle doit présenter la justification économique, commerciale ou juridique.

7) Résolution de réclamations et de litiges

Une OTA doit mettre en place un système interne de gestion des réclamations facilement accessible et gratuit. Si les litiges ne peuvent pas être résolus en interne, l'OTA doit en premier lieu chercher une solution par la médiation et doit, pour ce faire, stipuler deux médiateurs compétents dans ses conditions de vente.

Demander des informations

Renseignez-vous auprès des plates-formes de réservation en ligne sur les changements et la façon dont les points spécifiques sont mis en œuvre par les OTA. Veuillez tenir compte du fait que le nouveau règlement augmente la transparence pour les hôtes.

Booking met déjà à disposition des informations utiles sous les liens suivants:

- **Comment envoyer une réclamation?**

<https://partner.booking.com/fr/aide/contacter-assistance/comment-envoyer-une-r%C3%A9clamation%C2%A0>

- **Envoyer une réclamation:**

https://secure.booking.com/dispute_resolution.fr.html

- **Comment demander une médiation?**

<https://partner.booking.com/fr/aide/contacter-assistance/comment-demander-une-m%C3%A9diation%C2%A0>