



Booking.com probed in Italy over suspicions of exclusionary conduct, watchdog says

22 Mar 2024 | 09:32 GMT | Official Statement ⓘ

MLex Summary: Booking.com is now under investigation by the Italian competition agency to see if the online hotel reservation platform abused its market power through a strategy aimed at reducing the freedom of Italian hotels in setting prices for online sales channels. On Thursday, the premises of Booking.com in Italy have been subject to unannounced inspections, the authority said.

Statement follows (in English and Italian).

Italian Competition Authority: investigation opened for alleged abuse of dominant position by Booking

According to the Authority, Booking is implementing a strategy aimed at reducing the freedom of Italian hotels in setting prices for the online sales channels. This strategy is likely to result in exclusionary effects in the market for online hotel intermediation and booking services.

The Italian Competition Authority (AGCM) has opened an investigation concerning Booking.com (Italia) S.r.l., Booking.com B.V. e Booking.com International B.V. to ascertain an alleged abuse of dominant position in the market for online intermediation and booking services, in breach of Art. 102 TFEU.

More specifically, Booking is allegedly granting to the hotels that join the Preferred Partner Programme (and its extension Preferred Plus) advantages in terms of visibility of their own offerings in the search results, in exchange for higher commission fees and a commitment to offer “competitive” prices on Booking.com, namely prices not higher than those applied by hotels on their own websites or platforms of other online travel agencies (so-called OTAs). Meanwhile, when its capillary and sophisticated monitoring activity finds that a hotel partner offers better prices on other online channels, Booking reserves the right to apply, without the consent of its hotel partners, a discount (the so-called Booking Sponsored Benefit) in order to align prices on its platform to the best online offer available.

Overall, this strategy is likely to hinder the unfolding of an effective competition in the (at least) national market for the online hotel intermediation and booking services, to the detriment of other OTAs, with adverse effects on hotels and ultimately consumers, in terms of higher prices and less choice for intermediation and booking services.

Yesterday, AGCM’s officials carried out inspections at the premises of Booking.com (Italia) S.r.l., aided by the Special Antitrust Unit of the Italian Financial Police (Guardia di Finanza).

--

A558 - Avviata istruttoria nei confronti di Booking per presunto abuso di posizione dominante

Booking attuerebbe una strategia per ridurre l'autonomia delle strutture alberghiere italiane nel definire i prezzi tra i canali di vendita online. Ne deriverebbero effetti escludenti nel mercato dei servizi online di

intermediazione e di prenotazione.

L'Autorità ha avviato un procedimento istruttorio nei confronti di Booking.com (Italia) S.r.l., Booking.com B.V. e Booking.com International B.V. per accertare un presunto abuso di posizione dominante nel mercato dei servizi online di intermediazione e prenotazione di strutture alberghiere, in violazione dell'art. 102 del TFUE.

In particolare, Booking conferirebbe alle strutture alberghiere che fanno parte del Programma Partner Preferiti (e della sua estensione Preferiti Plus) vantaggi in termini di visibilità della propria offerta nei risultati di ricerca, a fronte di commissioni più elevate e dell'impegno a offrire su booking.com prezzi "competitivi", ovvero non più elevati di quelli che le strutture applicano sul proprio sito o sulle piattaforme di altre agenzie di viaggio online (c.d. OTA). Al contempo, quando riscontra, all'esito di un monitoraggio capillare e sofisticato, che una struttura offre prezzi migliori su altri siti online, Booking si riserva la possibilità di applicare, senza il consenso delle strutture, uno sconto (il c.d. Booking Sponsored Benefit) per allineare l'offerta di booking.com alla migliore tra quelle disponibili online.

Nel suo insieme, questa strategia sembra idonea ad ostacolare lo svolgimento di una concorrenza effettiva nel mercato, quantomeno nazionale, dei servizi online di intermediazione e prenotazione alberghiera, a danno di altre OTA con effetti negativi sulle strutture ricettive e, in ultima analisi, sui consumatori in termini di maggiori prezzi e minore scelta nei servizi di intermediazione e prenotazione online.

Nella giornata di ieri, i funzionari dell'Autorità hanno svolto ispezioni nelle sedi di Booking.com (Italia) S.r.l., con l'ausilio del Nucleo speciale Antitrust della Guardia di Finanza.

Issuing Entity(ies): Italian Competition Authority

Document Type(s): Statement

Areas of Interest: Antitrust

Industries: Computing & Information Technology, Digital Economy, Professional Services

Geographies: Europe, European Union Member States, Italy

Topics: Article 102 TFEU