

מסמך שאלות ותשובות בעניין טיוטת צו מוסכם בין הממונה לבוקינג

מסמך זה מפורסם באתר רשות התחרות לצרכי הנגשת המידע לציבור בלבד. הנוסח המחייב של טיוטת הצו המוסכם בין Booking.com B.V. ובוקינג.קום ישראל הזמנות למלונות אונליין בע"מ (להלן ביחד **בוקינג**) לבין הממונה על התחרות כפי שנחתם ביום 25 בנובמבר 2020 ואין באמור במסמך זה כדי לגבור על הכתוב בטיטות הצו המוסכם או להשפיע על ההתחייבויות הכלולות בו.

1. מה עיקרי התנאים שבוקינג התחייבה אליהם בטיטות הצו המוסכם?

עד היום ההסכמים בין Booking.com B.V. לבין מלונות שמציעים חדרים בפלטפורמה המקוונת שלה כללו מספר תנאים שחייבו מלונות להציע על גבי הפלטפורמה מחירים ותנאים שאינם נחותים מאלו המוצעים על ידם בפלטפורמות הזמנת חדרים מקוונות אחרות (להלן **פלטפורמות מקוונות מתחרות**) או באתר המלון. משכך, הוגבלה יכולתם של המלונות להציע מחירים נמוכים או תנאים טובים יותר בפלטפורמות מקוונות מתחרות, באתר המלון או בערוצי שיווק לא מקוונים (כלומר, שלא מוצעים לציבור הרחב באינטרנט, כמו למשל בדלפק המלון או בטלפון).

במסגרת טיוטת הצו המוסכם בוקינג מתחייבת להסיר חלק מההגבלות שהיו בהסכמים שלה עם המלונות באופן דומה לנעשה במדינות אחרות בעולם. בין היתר, בהתאם לצו, מלונות יוכלו לפרסם מחירים נמוכים יותר בפלטפורמות מקוונות מתחרות בבוקינג, בערוצי שיווק לא מקוונים וגם יוכלו להמשיך להציע מחירים טובים יותר לחברי קבוצות צרכנים סגורות, כמו למשל, מועדוני צרכנים (בתנאים מסוימים שמפורטים בהוראות הצו).

2. האם מלון יכול להציע בפלטפורמות מקוונות מתחרות מחירים נמוכים או תנאים נוחים

מאלו שמוצעים באתר Booking.com?

בהתאם לטיוטת הצו, בוקינג לא תמנע ממלונות להציע מחירים נמוכים או תנאים נוחים (למשל, הצעת חדר הכוללת ארוחת בוקר או צ'ק אאוט מאוחר) מאלו המוצעים על ידי המלונות באתר Booking.com, באמצעות פלטפורמה מקוונת מתחרה.

3. האם ניתן להתקשר למלון ולקבל הצעת מחיר טובה מהצעה המוצגת באתר

Booking.com?

מלונות יכולים להציע ללקוחות מחירים נמוכים או תנאים נוחים מאלו שמוצעים באתר Booking.com בערוצים לא מקוונים (כגון: טלפון, דלפק הקבלה, משרדים פיזיים של סוכנויות נסיעות) וכן באמצעות מסרונים והודעות דוא"ל פרטניות. זאת, כל עוד המלון לא יפרסם את אותם המחירים או התנאים לקהל הרחב באמצעים מקוונים.

4. למה הכוונה שמלון יכול לפרסם בערוצים לא מקוונים מחירים נמוכים או תנאים נוחים

יותר כל עוד זה לא יפורסם לציבור הרחב באמצעים מקוונים?

הכוונה היא שאם מלון מציע בדלפק הקבלה שלו מחיר נמוך (או תנאים נוחים יותר) מהמחיר שהוא מציע באתר Booking.com, בוקינג עדיין תוכל לדרוש מהמלון שלא יפרסם הצעה זו לקהל הרחב באמצעים מקוונים. למשל, המלון לא יוכל להציג הצעה זו באתר הבית של המלון. בכל מקרה, הוא כן יוכל להציג את המחיר בפלטפורמה מקוונת מתחרה.

5. מה המלון יכול לעשות כדי להציע את המחירים הטובים בערוצים לא מקוונים?

בוקינג לא תגביל את המלון מלפרסם פרסומים כלליים ולא ספציפיים על העובדה שיש מחירים טובים בערוצים לא מקוונים.

למשל, מלון יוכל לפרסם באינטרנט "מחירים/תנאים טובים ניתן להשיג בטלפון ישיר למלון" או "מחירים אטרקטיביים מוצעים בדלפק המלון". לעומת זאת, הצו לא אוסר על בוקינג להגביל מלון מלפרסם הצעות כמו "להנחה של 15% התקשר לדלפק הקבלה".

6. האם מלונות יכולים להציע מחירים נמוכים או תנאים נוחים יותר ללקוחות באופן אישי?

בוקינג לא תגביל מלונות מלפרסם מחירים נמוכים או תנאים נוחים מאלו שמוצעים באתר Booking.com בהודעות דוא"ל, SMS או ממשק מסרונים מידיים אחר.

כמו כן, מלונות רשאים ליצור קשר עם לקוחות עבר (כאלו שהזמינו באותו מלון או באותה רשת מלונות חדר בעבר, ללא קשר לאופן ביצוע ההזמנה) או חברי מועדון, להציע להם מחירים נמוכים או תנאים נוחים מאלו שמוצעים באתר Booking.com וכן ליידע אותם על המחירים שנמצאים בערוצים הלא מקוונים.

במסגרת יצירת קשר בדרכים האלו (דוא"ל, SMS, או ממשק מסרונים מידיים אחר) המלון יכול להציע גם מחיר ספציפי ללקוחות.

7. האם מלונות יוכלו להציע זמינות שונה או סוגי חדרים שונים בפלטפורמות מקוונות מתחרות או באתר הבית של המלון?

מלונות חופשיים לנהל לעצמם את הקיבולת וזמינות החדרים שלהם ובוקינג התחייבה שלא להגבילם בהסכמים. כלומר, המלונות יוכלו להקצות לאתר Booking.com פחות חדרים או חדרים מסוגים שונים ביחס לאלו המוצעים דרך פלטפורמות מקוונות מתחרות או דרך אתר הבית שלהם.

משמעות תנאי זה היא שאין הגבלה על כך שמלונות יציעו לאותן פלטפורמות מקוונות מספר חדרים גדול יותר או סוג חדרים שונה מאלו המוצעים באתר Booking.com.

8. האם מלון יכול להציע מחירים נמוכים או תנאים נוחים יותר לקבוצות צרכנים סגורות (כמו

למשל, מועדוני צרכנים ותוכניות נאמנות (loyalty clubs))?

במסגרת טיוטת הצו המוסכם, בוקינג התחייבה שלא למנוע ממלונות להציע מחירים נמוכים יותר לקבוצות אלה, כל עוד מחירים אלה אינם משווקים או זמינים לקהל הרחב באינטרנט, למעט בפלטפורמות מקוונות מתחרות (ראו שאלה 2 לעיל).

9. האם מותר לבוקינג לדרוש ממלון כי המחירים או התנאים שיפרסם באתר הבית שלו יהיו

זהים או גבוהים מהמחירים שמוצעים באתר Booking.com?

כן. תנאי הצו אינם מגבילים את בוקינג מלדרוש השוואת מחירים או תנאים המוצעים על ידי המלון באתר Booking.com ביחס לאתרי הבית של המלונות עצמם, אולם הם אינם מחייבים את בוקינג לעשות כן. מלונות יכולים לנהל משא ומתן עם בוקינג על ההסכם ביניהם בעניין זה.

10. אם מלון מציע מחירים נמוכים או תנאים נוחים יותר בפלטפורמה מקוונת מתחרה, האם

זה ישפיע על מיקום המלון בדירוג של אתר Booking.com?

לבוקינג אסור לקחת בחשבון כגורם ישיב באלגוריתם הדירוג של בוקינג (הקובע את דירוג המלון באתר Booking.com) אי עמידה בתנאי השוואת המחיר או השוואת התנאים או השוואת הזמינות המוגדרים בצו.

אולם יתכן שהדבר ישפיע באופן עקיף. לדוגמא: ככל שהאלגוריתם לוקח בחשבון את היקף ההזמנות של חדרי המלון דרך אתר Booking.com, יתכן שמחירים גבוהים יובילו לירידה באטרקטיביות של ההצעה ובכך לירידה בהיקף ההזמנות דרך אתר Booking.com ובכך יובילו בעקיפין לירידת הדירוג.

11. מתי שינויים אלו צפויים להתחיל והאם יש להסכמה תוקף?

ניתנה לבוקינג תקופת התארגנות של 6 חודשים מיום קבלת אישור בית הדין לתחרות לצו המוסכם. הוראות הצו יעמדו לתקופה של 4 שנים מיום אישור הצו בבית הדין. אי עמידה בהוראות הצו כפופה להוראות חוק התחרות.

****המונח מלון במסמך זה מתייחס לכל גורם שמציע חדרים באתר Booking.com**