

Décoder les algorithmes d'Airbnb et de Booking.com

Classement de recherche, tarification, avis, programmes de fidélité, intelligence artificielle, régulation : tout ce que les sources officielles et officieuses documentent aujourd'hui — avec, pour chaque affirmation, sa source, sa date et son degré de fiabilité.

Portée Airbnb + Booking.com, exhaustif Fenêtre de fraîcheur priorité 2024–2026

Sources ~70 références datées

OFF	Source officielle — la plateforme elle-même : centre d'aide, Partner/Resource Hub, newsroom, blog technique, document déposé auprès d'un régulateur.	TIERS	Source officieuse — agences, consultants, presse spécialisée, chercheurs, forums d'hôtes/hôteliers, autorités publiques.	ANCIEN	Antérieure à 2023 — gardée pour le contexte historique, à ne pas présenter comme l'état actuel sans vérification.
-----	--	-------	--	--------	---

Synthèses pratiques

Ce qu'il faut retenir avant de filmer ou de gérer une annonce

Trois lectures rapides du dossier complet ci-dessous — pour le quotidien d'un loueur saisonnier, pour surveiller ce qui peut bouger, et pour repérer ce qui fait le plus mal à une annonce.

AIRBNB

Le statut **Superhôte** (≥ 10 réservations, $\geq 90\%$ de réponses sous 24h, $< 1\%$ d'annulations, note $\geq 4,8$) est réévalué chaque trimestre et automatique — aucune candidature à faire.

La note globale affichée **n'est pas** une moyenne des 6 sous-notes (propreté, exactitude, arrivée, communication, localisation, rapport qualité-prix) : c'est un score indépendant.

Guest Favorite ($\geq 4,9$, $\sim 1\%$ d'annulations/problèmes) est un badge par *annonce*, pas par hôte — distinct de Superhost.

Smart Pricing suit la demande passée et les comparables, mais ne prédit pas les pics ponctuels (festivals, événements) — les gestionnaires professionnels le complètent souvent d'un outil tiers (PriceLabs, Beyond...). Instant Book, calendrier ouvert et fiche complète (photos, équipements) restent les leviers confirmés officiellement.

BOOKING.COM

Compléter à 100% le score de la fiche (photos, description, équipements) est le levier le plus souvent cité par les praticiens (jusqu'à $+18\%$ de réservations rapporté, chiffre tiers non officiel).

Depuis 2025, les avis des **3 derniers mois** pèsent nettement plus que les plus anciens — une note peut désormais bouger plusieurs fois par an.

Genius (opt-in) coûte une remise de 10 à 20% financée par l'hôte lui-même, sans commission additionnelle — à évaluer selon sa marge, pas à activer par réflexe.

Preferred Partner / Preferred Plus demandent un score de performance et une note minimum, *et* une commission additionnelle ($+2$ à 3% , plus pour Plus) — modèle payant, contrairement aux badges Airbnb.

Depuis le DMA (nov. 2024), un prix plus bas sur son propre site que sur Booking est de nouveau légal dans l'UE/EEE — la parité tarifaire classique n'est plus imposée.

COMMUN AUX DEUX PLATEFORMES

Le prix relatif aux annonces comparables du marché est un facteur de classement confirmé des deux côtés.

Aucune des deux ne publie de pondération numérique exacte — méfiance envers les chiffres très précis (« 800+ signaux », « $+70\%$ de vues ») non recoupés à une source primaire.

La vitesse de réponse est valorisée des deux côtés, et de plus en plus liée à l'adoption d'outils de messagerie assistés par IA (2025-2026).

2 — PLUS GROSSES ALERTES POUR LE FUTUR

TRANSVERSAL

Bascule rapide vers la recherche en langage naturel et les contenus générés par IA (Airbnb teste une recherche IA en 2026 ; Booking a déployé Smart Messenger et AI Trip Support) : titres, descriptions et résumés d'avis pourraient de plus en plus être reformulés par l'IA plutôt que par l'hôte.

Ni les rapports de transparence DSA (Airbnb) ni les rapports de conformité DMA (Booking) ne détaillent réellement le fonctionnement des systèmes de recommandation — malgré une obligation légale théorique en ce sens.

Dépendance à une plateforme dont les règles changent sans préavis clair : des Superhosts français rendus invisibles après une mise à jour d'algorithme fin 2023, sans réponse d'Airbnb, illustrent un risque réel de perte brutale de revenus.

SPÉCIFIQUE AIRBNB

L'écart entre le discours public (pages d'aide inchangées depuis 2022-2023) et la sophistication réelle du moteur (Transformers, multimodal, mis à jour en continu en 2025-2026) risque de se creuser encore.

Aucune étude indépendante récente (post-2022) sur les biais/discriminations algorithmiques n'a été retrouvée — un vide de contrôle externe qui pourrait ressurgir en cas de nouvelle controverse.

SPÉCIFIQUE BOOKING.COM

Contentieux lourds en cours (action collective SHCA visant jusqu'à 18 000 hôtels, jugement de Berlin en appel, décision d'Amsterdam encore incertaine) : leur issue pourrait redéfinir commissions et parité dans les 1 à 3 prochaines années.

Le programme Genius évoluerait (rapporté, non confirmé officiellement) vers un appariement basé sur la pertinence plutôt qu'une visibilité garantie — les hôtes à la remise minimale pourraient voir leurs impressions baisser silencieusement.

Un risque de sanction DMA (jusqu'à 10-20% du CA mondial) n'est pas encore matérialisé mais pourrait forcer une refonte rapide des programmes commerciaux (Preferred Partner, Booking Sponsored Benefit) dont dépend la visibilité actuelle.

3 — PLUS GROS POINTS D'ALERTE POUR LA PERFORMANCE DES BIENS

AIRBNB

Toute **annulation par l'hôte** pénalise le classement pendant des mois selon les praticiens, et compromet Superhost/Guest Favorite dès le trimestre suivant.

Une demande de réservation laissée sans réponse jusqu'à expiration est un signal plus négatif qu'un refus poli — pénalité directe confirmée dans les papiers de recherche (Journey Ranker).

Un prix au-dessus du marché comparable nuit à la visibilité ; à l'inverse, un Smart Pricing trop agressif peut éroder la marge sans gain de classement garanti.

Une fiche incomplète (photos, équipements non tagués) est pénalisée à la fois sur la « qualité » perçue et, depuis 2025, directement par les modèles multimodaux de classement (BiListing).

Perdre le badge Guest Favorite peut sortir une annonce des filtres dédiés qu'une partie des voyageurs utilise directement.

BOOKING.COM

Depuis la pondération par récence (2025), quelques avis négatifs récents peuvent faire chuter la note globale bien plus vite qu'avant. Sortir des seuils Preferred Partner (score <70% ou avis <7,0/10) fait perdre d'un coup le bonus de visibilité annoncé — réévaluation tous les 90 jours, donc risque récurrent.

Une politique d'annulation trop stricte réduit les réservations (jusqu'à -75% évoqué pour l'annulation flexible, chiffre tiers) — arbitrage direct entre sécurité de revenu et volume.

Un calendrier non chargé sur la durée (disponibilité limitée) est cité comme facteur de classement par les praticiens, sans chiffre officiel précis.

Un prix moins compétitif que d'autres canaux fait chuter le score du Price Performance Dashboard, ce qui peut désactiver le Booking Sponsored Benefit et la visibilité associée.

1. Classement de recherche (search ranking)

Partie A

Airbnb

Airbnb ne publie jamais la formule exacte ni les poids numériques de son algorithme. Les pondérations chiffrées citées par des tiers doivent être lues comme des estimations, pas comme des données confirmées.

1.1 Ce qu'Airbnb confirme officiellement

Sur « [How search results are ordered](#) » OFF, Airbnb résume quatre familles de facteurs : la **qualité** (photos, vidéos, notes et avis), la **popularité** (mises en liste de souhaits, réservations), le **prix** (« les annonces moins chères que des annonces comparables similaires tendent à mieux se classer ») et la **localisation** (proximité des lieux prisés). La page se termine par une clause explicite d'évolutivité : « *Our ranking algorithms will evolve over time to reflect changes to our business and technology* » — Airbnb prévient lui-même que le système change en continu.

La page « [How search works on Airbnb](#) » OFF publiée le 11/05/2022, MàJ 21/11/2022 ajoute la disponibilité du calendrier, le délai de réponse (répondre sous 24h), l'usage d'Instant Book et le statut Superhost. La page « [Reading performance data for quality](#) » OFF confirme que les 6 sous-notes (précision, arrivée, propreté, communication, localisation, rapport qualité-prix), les annulations et le service client alimentent la visibilité via l'onglet Insights du tableau de bord hôte.

Constat stable dans le temps : 4 grandes catégories confirmées — qualité, popularité, prix relatif, localisation — plus des facteurs de fiabilité (réactivité, taux d'annulation, disponibilité, Instant Book, Superhost). Airbnb ne confirme jamais de poids numérique précis, ni de liste exhaustive des « 800+ signaux » que citent certains tiers (voir 1.3).

1.2 Les publications techniques Airbnb — les sources les plus fiables et les plus récentes

Rédigées par les ingénieurs Airbnb et publiées dans des conférences académiques (KDD, CIKM), elles ne donnent pas les poids exacts du modèle en production, mais révèlent son architecture réelle :

« [Optimizing Airbnb Search Journey with Multi-task Learning](#) » OFF KDD 2023 — le modèle optimise simultanément 6 signaux positifs (clic, clic long, accès paiement, demande, acceptation, réservation non annulée) et pénalise 3 signaux négatifs (refus hôte, annulation voyageur, annulation hôte). Le classement ne répond donc pas qu'à « qui va être réservé » mais à « qui va donner lieu à un séjour sans annulation ».

« [Beyond Pairwise Learning-To-Rank At Airbnb](#) » OFF CIKM 2025, arXiv 01/06/2025 — un ranking « all-pairwise » évaluant chaque annonce selon sa supériorité relative et sa similarité avec les autres résultats affichés simultanément.

« [Personalizing Airbnb search by learning from the guest journey](#) » OFF 21/07/2026 — la source la plus récente de tout le dossier, détaillée en section 5.

« [Academic Publications & Airbnb Tech: 2025 Year in Review](#) » OFF 24/02/2026 — récapitule notamment **BiListing** (arXiv, CIKM 2025), qui aligne texte et photos comme signal de classement multimodal, avec un gain déclaré de « dizaines de millions de dollars de revenus supplémentaires » — confirmation que le contenu visuel influence désormais directement le ranking, pas seulement les métadonnées.

1. Classement de recherche (search ranking)

Airbnb ne publie jamais la formule exacte ni les poids numériques de son algorithme. Les pondérations chiffrées citées par des tiers doivent être lues comme des estimations, pas comme des données confirmées.

1.1 Ce qu'Airbnb confirme officiellement

Sur « [How search results are ordered](#) » OFF, Airbnb résume quatre familles de facteurs : la **qualité** (photos, vidéos, notes et avis), la **popularité** (mises en liste de souhaits, réservations), le **prix** (« les annonces moins chères que des annonces comparables similaires tendent à mieux se classer ») et la **localisation** (proximité des lieux prisés). La page se termine par une clause explicite d'évolutivité : « *Our ranking algorithms will evolve over time to reflect changes to our business and technology* » — Airbnb prévient lui-même que le système change en continu.

La page « [How search works on Airbnb](#) » OFF publiée le 11/05/2022, MàJ 21/11/2022 ajoute la disponibilité du calendrier, le délai de réponse (répondre sous 24h), l'usage d'Instant Book et le statut Superhost. La page « [Reading performance data for quality](#) » OFF confirme que les 6 sous-notes (précision, arrivée, propreté, communication, localisation, rapport qualité-prix), les annulations et le service client alimentent la visibilité via l'onglet Insights du tableau de bord hôte.

Constat stable dans le temps : 4 grandes catégories confirmées — qualité, popularité, prix relatif, localisation — plus des facteurs de fiabilité (réactivité, taux d'annulation, disponibilité, Instant Book, Superhost). Airbnb ne confirme jamais de poids numérique précis, ni de liste exhaustive des « 800+ signaux » que citent certains tiers (voir 1.3).

1.2 Les publications techniques Airbnb — les sources les plus fiables et les plus récentes

Rédigées par les ingénieurs Airbnb et publiées dans des conférences académiques (KDD, CIKM), elles ne donnent pas les poids exacts du modèle en production, mais révèlent son architecture réelle :

« [Optimizing Airbnb Search Journey with Multi-task Learning](#) » OFF KDD 2023 — le modèle optimise simultanément 6 signaux positifs (clic, clic long, accès paiement, demande, acceptation, réservation non annulée) et pénalise 3 signaux négatifs (refus hôte, annulation voyageur, annulation hôte). Le classement ne répond donc pas qu'à « qui va être réservé » mais à « qui va donner lieu à un séjour sans annulation ».

« [Beyond Pairwise Learning-To-Rank At Airbnb](#) » OFF CIKM 2025, arXiv 01/06/2025 — un ranking « all-pairwise » évaluant chaque annonce selon sa supériorité relative et sa similarité avec les autres résultats affichés simultanément.

« [Personalizing Airbnb search by learning from the guest journey](#) » OFF 21/07/2026 — la source la plus récente de tout le dossier, détaillée en section 5.

« [Academic Publications & Airbnb Tech: 2025 Year in Review](#) » OFF 24/02/2026 — récapitule notamment **BiListing** (arXiv, CIKM 2025), qui aligne texte et photos comme signal de classement multimodal, avec un gain déclaré de « dizaines de millions de dollars de revenus supplémentaires » — confirmation que le contenu visuel influence désormais directement le ranking, pas seulement les métadonnées.

Base historique : « [Search Ranking and Personalization at Airbnb](#) » OFF ANCIEN KDD 2018 — les embeddings classiques qui ont posé les bases, clairement dépassés depuis par les architectures Transformer 2025-2026.

1.3 Facteurs reconstitués par des tiers — à prendre avec prudence

[Rental Scale-Up \(PriceLabs\)](#) TIERS 17/10/2025, citant le Airbnb Professional Host Summit 2025, avance que deux signaux composites dominant : la **probabilité de réservation** et la **probabilité d'obtenir un avis 5 étoiles**. Le chiffre de « plus de 800 signaux » y circule mais n'est confirmé par aucune source officielle vérifiable.

[Sean Rakidzich](#) TIERS 29/06/2026 (opérateur de 155 logements, praticien reconnu) avance un boost Instant Book de « 15-25% » et une fourchette de conversion « saine » de 52-65% — chiffres non recoupés indépendamment, probablement repris en boucle entre blogs.

DÉSACCORD IDENTIFIÉ

Les sources tierces s'accordent sur la *direction* des facteurs (conversion, avis, annulations, réactivité, Instant Book) mais aucun chiffre précis (« 800 signaux », « boost 15-25% ») n'est vérifiable indépendamment d'une source primaire Airbnb.

1.4 Catégories de recherche

La [2022 Summer Release](#) OFF 11/05/2022 a lancé 55 catégories thématiques de recherche (style, activité, localisation), construites par apprentissage automatique puis curation humaine, présentées comme un outil pour « atténuer le surtourisme en redistribuant les voyages ».

2. Smart Pricing et tarification dynamique

2.1 Ce qu'Airbnb dit officiellement

« **What is Smart Pricing?** » OFF publié 03/05/2023, MàJ 12/10/2023 confirme que l'outil ajuste le prix par nuit selon la demande, les caractéristiques du logement, l'activité de recherche locale et les réservations d'annonces comparables — recalculé régulièrement, jamais figé. L'hôte garde un contrôle total (désactivation, prix plancher/plafond, surclassement manuel).

Airbnb ne publie **aucun détail public** sur la formule ou le modèle de machine learning derrière Smart Pricing — contrairement au ranking, pour lequel des papiers de recherche existent. C'est un angle mort documentaire assumé.

2.2 Recherche officielle connexe sur l'élasticité-prix

« **Understanding Guest Preferences and Optimizing Two-sided Marketplaces: Airbnb as an Example** » OFF 01/07/2026, par deux chercheurs Airbnb, combine modèle logit du choix des voyageurs et inférence causale pour mesurer l'élasticité-prix réelle — vise explicitement à « optimiser les outils d'aide à la tarification pour les hôtes ».

2.3 Critiques et controverses

Skift TIERS 04/10/2023 rapporte les appels répétés du PDG Brian Chesky à ce que les hôtes baissent leurs prix pour rester compétitifs — une pression publique régulièrement critiquée comme encourageant un « nivellement par le bas », potentiellement renforcé par Smart Pricing.

Sur le **Community Center** TIERS, un grief récurrent (non confirmé ni infirmé publiquement) : Smart Pricing sous-évaluerait les biens sur certains marchés. Convergence forte des outils tiers (AirDNA, PriceLabs) : l'outil est **réactif** (suit la demande passée) plutôt que **prédictif** des événements exceptionnels — ce qui pousse de nombreux gestionnaires professionnels vers des outils payants tiers (PriceLabs, Beyond, Wheelhouse).

3. Système d'avis et de réputation

3.1 Mécanique officielle

Synthèse recoupée via **Hostfully** TIERS 09/07/2026, MàJ 12/07/2026 : fenêtre de 14 jours après le départ, système en double aveugle (aucun avis visible tant que les deux parties n'ont pas publié le leur, ou jusqu'à expiration), avis ensuite immuables. Note globale (1 à 5 étoiles) **plus** 6 sous-catégories (propreté, exactitude, arrivée, communication, localisation, rapport qualité-prix) — point contre-intuitif confirmé : la note globale *“is its own independent rating, not a computed average of the six »* . ~86% des annonces ont au moins 4 étoiles, 96% dépassent ce seuil, ce qui rend le seuil réellement discriminant bien plus haut (4,8 Superhost, 4,9 Guest Favorite).

3.2 La refonte de novembre 2023 et l'arrivée de Guest Favorites

La **2023 Winter Release** OFF 08/11/2023 refond la présentation des avis (370M+ avis cumulés à l'époque) et introduit un onglet « Listings » avec visite virtuelle assistée par IA (175M photos classées en 19 catégories de pièces).

NUANCE

Contrairement à une idée répandue, Airbnb n'a **pas supprimé** le système à 6 sous-catégories — il l'a maintenu tout en ajoutant une couche de curation (Guest Favorites, percentiles) par-dessus.

3.3 Rapport qualité 2025 — chiffres officiels agrégés

Le **Global Quality Report** OFF 27/02/2025 annonce : 535+ fonctionnalités qualité lancées en 3 ans, 250M+ nuits réservées sur des annonces Guest Favorites, +15% de Superhosts (1,3M), 400 000+ annonces de faible qualité retirées, -30% d'annulations hôtes, **85% des avis 2024 à 5 étoiles** pour une moyenne globale de 4,75.

3.4 Impact sur le classement

Les papiers officiels de la section 1.2 (Journey Ranker) confirment que la probabilité d'avis positif / d'absence d'annulation est un objectif d'entraînement direct du moteur de ranking — les avis ne sont donc pas un simple affichage, mais un signal d'apprentissage.

4. Superhost et Guest Favorite

4.1 Superhôte — critères officiels actuels

« What's required to be a Superhôte » OFF — quatre critères cumulatifs, évalués chaque trimestre (1er janv., avril, juillet, octobre) : au moins 10 réservations (ou 3 réservations ≥ 100 nuits) ; répondre à 90% des messages et accepter/refuser sous 24h ; taux d'annulation $< 1\%$; note globale $\geq 4,8$. Attribution automatique, sans candidature. Les avantages annoncés incluent une « meilleure visibilité » — **sans jamais préciser quantitativement l'ampleur du boost**, une zone grise non documentée par Airbnb.

4.2 Guest Favorite — critères officiels

« Airbnb introduces Guest Favorites » OFF 08/11/2023 : note moyenne $> 4,9$ avec d'excellentes notes sur toutes les sous-catégories ; $\sim 1\%$ d'annulations hôtes/problèmes qualité ; sélection de départ de 2M logements sur 7M+ annonces mondiales ; badge visible + filtre dédié.

4.3 Guest Favorite vs Superhost : quel poids dans le classement ?

Axios TIERS 08/11/2023 note que Guest Favorite, contrairement à Superhost (statut de l'hôte), est un badge au niveau de **l'annonce individuelle**. Plusieurs blogs (StaySTRA, Triad Vacation Rentals) TIERS avancent que Guest Favorite aurait désormais plus de poids que Superhost — **non confirmé par Airbnb**. Consensus tiers : les deux badges semblent corrélés (mêmes comportements sous-jacents) plutôt que Airbnb n'ait confirmé un bonus de ranking spécifiquement additif pour l'un ou l'autre.

5. Personnalisation de la recherche

Le domaine le mieux documenté officiellement, grâce à la source la plus récente de tout ce dossier : « Personalizing Airbnb search by learning from the guest journey » OFF 21/07/2026.

Le système combine une séquence **long terme** (jusqu'à 7 ans d'historique, plafonnée à 80 événements) et une séquence **court terme** (21 jours, plafonnée à 200 événements, dont 97,8% de vues d'annonces). Architecture **Transformer** : un encodeur tourne en batch quotidien (offline) pour l'historique long ; le modèle de ranking récupère cet embedding en temps réel et le combine à la requête en cours.

Un classifieur « setwise » compare un ensemble de candidats simultanément plutôt que deux à deux. Gains mesurés en A/B test grâce à la séquence court terme : **+0,55% de réservations non annulées** et **+0,90% de vues**.

Base historique : « Real-time Personalization using Embeddings for Search Ranking at Airbnb » OFF ANCIEN KDD 2018. Ce qu'on ignore : Airbnb ne précise jamais publiquement quelle part du classement final dépend de la personnalisation individuelle par rapport aux facteurs génériques de la section 1.

6. Chronologie des changements 2022–2026

DATE	CHANGEMENT	TYPE
11/05/2022	Lancement des 55 catégories de recherche (Summer Release)	OFF
08/11/2023	Refonte du système d'avis, lancement de Guest Favorites, visite virtuelle par IA	OFF
17/02– 31/12/2024	Période couverte par le 1er rapport de transparence DSA	OFF
27/02/2025	Airbnb Global Quality Report (chiffres qualité/avis/Superhost)	OFF
14/02/2025	Rapport de transparence DSA « Airbnb Ireland UC » (période 2024)	OFF
2025	Élargissement vers Services et Expériences (2025 Summer Release), impact sur la structure de recherche	OFF
2025 (KDD/CIKM)	Vague dense de publications techniques : Beyond Pairwise LTR, BiListing, Maps Ranking, Comparison-Shop, interleaving/counterfactual eval	OFF
20/05/2026	2026 Summer Release : synthèse d'avis par IA, comparaison assistée par IA, assistant multilingue, itinéraire partagé	OFF
07/08/2026	Chesky (earnings call) : l'IA réduit de 60% le délai conception → lancement ; test d'une recherche en langage naturel	TIERS (presse citant propos officiels)

Trajectoire 2022-2026 : passage progressif d'un moteur « facteurs + mots-clés + filtres » à un moteur intégrant de plus en plus d'IA générative (recherche en langage naturel, résumés d'avis, comparaison de logements), avec en arrière-plan un ranking multi-objectif affiné par des modèles Transformer/multimodaux publiés en 2025.

7. Controverses, actions en justice, régulation

7.1 Digital Services Act (UE) – transparence algorithmique

Le **rapport de transparence Airbnb Ireland UC** OFF 14/02/2025, période 17/02–31/12/2024 se concentre sur la modération de contenu (fausses annonces, comptes frauduleux, faux avis, anti-fêtes) mais **ne divulgue quasiment rien sur le système de recommandation/classement lui-même** — un angle mort de transparence, alors que l'article 27 du DSA impose aux très grandes plateformes de divulguer les « principaux paramètres » de leurs systèmes de recommandation.

7.2 Plaintes d'hôtes sur des baisses soudaines de visibilité (France)

En-Contact TIERS 13/07/2024, s'appuyant sur la plateforme de réclamations Zorroooo, allègue qu'une modification de l'algorithme à l'automne 2023 aurait rendu invisibles les annonces de centaines de Superhosts (certains notés 4,90/5), avec des pertes chiffrées en « dizaines de milliers d'euros » selon des témoignages. Airbnb France (Clément Eulry) n'aurait pas répondu au média.

À TRAITER AVEC PRUDENCE

Ces allégations reposent sur des témoignages d'hôtes agrégés, sans contre-expertise technique publiée — un cas emblématique de la défiance envers l'opacité algorithmique, à citer comme illustration journalistique plutôt que comme fait technique établi.

7.3 Biais et discrimination algorithmique

Project Lighthouse OFF ANCIEN 15/06/2020 — **initiative avec l'ONG Color Of Change** pour mesurer les discriminations raciales perçues dans la réservation, les avis et le service client, via des méthodes protectrices de la vie privée (suppression des données tous les 30 jours). Études complémentaires : **Fortune** TIERS **ANCIEN** (déc. 2022), **Harvard Shorenstein Center** TIERS, **Harvard Business School** TIERS.

POINT DE VIGILANCE

La quasi-totalité du matériel sur le biais algorithmique date de 2020-2022. Aucune étude indépendante récente (2024-2026) n'a été retrouvée sur le *ranking de recherche* lui-même — un manque de suivi transparent dans la durée, en soi un point à souligner.

Étude 2026 identifiée mais non consultable en détail (erreur d'accès) : « **From autonomy to algorithm: AI's impact on Airbnb hosts** » TIERS, *Current Issues in Tourism*, 2026 — à vérifier via accès institutionnel avant citation.

8. Conseils pratiques d'optimisation

D'après Airbnb lui-même **OFF** : calendrier largement ouvert et à jour ; répondre sous 24h (idéalement beaucoup plus vite) ; activer Instant Book ; prix cohérent avec le marché comparable local ; photos de qualité et description détaillée mentionnant les équipements réellement recherchés ; viser et maintenir le statut Superhost.

D'après les praticiens **TIERS** : surveiller le taux de conversion (visites → réservations) comme signal de santé algorithmique (Sean Rakidzich) ; ne jamais laisser expirer une demande sans réponse ; traiter chaque annulation hôte comme un coût de réputation durable. **AirDNA** 22/09/2025, MàJ 20/10/2025 confirme un « coup de pouce nouvelle annonce » (avantage temporaire le premier mois) et recommande de caler le lancement sur les pics de réservation locaux. Sur les avis : encourager (sans incitation prohibée) les voyageurs satisfaits à publier vite dans la fenêtre de 14 jours, car les avis alimentent directement le modèle de ranking, pas seulement l'affichage.

POINT TRANSVERSAL

Les « recettes miracles » des blogs SEO Airbnb reposent sur de l'observation empirique, pas sur un accès au code. Airbnb le rappelle lui-même : l'algorithme « évoluera avec le temps » — toute checklist figée risque d'être partiellement obsolète en quelques mois.

Répertoire des sources — Airbnb

SOURCE	DATE	TYPE
Centre d'aide — How search results are ordered	non datée	OFF
Resource Center — How search works on Airbnb	05/2022–11/2022	OFF
Resource Center — What is Smart Pricing?	05/2023–10/2023	OFF
Centre d'aide — What's required to be a Superhost	© 2026	OFF
Centre d'aide — Understand the Superhost program	non datée	OFF
Centre d'aide — Reading performance data for quality	non datée	OFF
Newsroom — 2022 Summer Release	11/05/2022	OFF
Newsroom — 2023 Winter Release	08/11/2023	OFF
Newsroom — Airbnb introduces Guest Favorites	08/11/2023	OFF
Newsroom — Airbnb Global Quality Report	27/02/2025	OFF
Newsroom — 2026 Summer Release	20/05/2026	OFF
Newsroom — Measuring Discrimination (Project Lighthouse)	15/06/2020	OFF ANCIEN
Rapport de transparence DSA — Airbnb Ireland UC	14/02/2025	OFF
Airbnb Engineering — Personalizing search by learning from the guest journey	21/07/2026	OFF
Airbnb Engineering — Academic Publications 2025 Year in Review	24/02/2026	OFF
arXiv — Understanding Guest Preferences... (Wu & Schmierer)	01/07/2026	OFF
arXiv — Beyond Pairwise Learning-To-Rank At Airbnb	06/2025	OFF
arXiv — BiListing: Modality Alignment for Listings	2025	OFF
KDD 2023 — Optimizing Airbnb Search Journey with Multi-task Learning	08/2023	OFF
KDD 2018 — Search Ranking and Personalization at Airbnb	2018	OFF ANCIEN
Rental Scale-Up (PriceLabs)	17/10/2025	TIERS
StaySTRA — How the Airbnb Algorithm Works in 2026	04/2026	TIERS
Rankbreeze — How to Beat the Airbnb Algorithm	12/2024, MàJ 02/2025	TIERS
Sean Rakidzich — Beyond Review Scores	29/06/2026	TIERS
Hostfully — Airbnb Review Policy Explained	07/2026	TIERS

AirDNA — Airbnb New Listing Boost	09/2025, MàJ 10/2025	TIERS
TechCrunch — Airbnb says AI is helping it ship features faster	07/08/2026	TIERS
Skift — Brian Chesky, Skift Global Forum 2023	04/10/2023	TIERS
En-Contact — Airbnb France pénalise des Superhosts	13/07/2024	TIERS
Axios — Airbnb's new Guest Favorites	08/11/2023	TIERS
Fortune — Airbnb discrimination study	15/12/2022	TIERS ANCIEN
Current Issues in Tourism — From autonomy to algorithm	2026	TIERS
AlgorithmWatch — A guide to the DSA	non précisée	TIERS

1. Classement de recherche

Booking.com ne publie jamais la formule exacte de son algorithme — une boîte noire volontairement protégée, comme chez la plupart des OTA.

1.1 Ce que Booking.com documente officiellement

La source la plus solide est un article de recherche co-écrit par quatre data scientists de Booking.com Amsterdam : « [Beyond algorithms: Ranking at scale at Booking.com](#) » OFF ANCIEN 2020, CEUR-WS Vol-2697 — probablement toujours la base méthodologique en usage, renforcée depuis par l'IA générative. Points clés : le modèle est entraîné sur des **signaux positifs** (réservations effectives — le plus corrélé à la satisfaction —, clics, séjours bien notés) et des **signaux négatifs** (impressions sans clic, séjours mal notés) ; il corrige activement le **biais d'impression**, le **biais de position** et le **biais utilisateur** ; l'évaluation utilise des essais randomisés contrôlés (RCT) et une technique d'« interleaving » testant deux classements 10 à 100 fois plus vite qu'un A/B test classique. Conclusion : un ranker unique en ML a surpassé l'ancien ensemble de composants distincts basé sur des règles.

LIMITE DE COLLECTE

Les pages d'aide partenaires (partner.booking.com) listent habituellement taux de conversion, compétitivité du prix, disponibilité, politique d'annulation, vitesse de réponse, score d'avis, complétude du contenu, participation aux programmes Genius/Preferred, historique de performance — mais l'accès direct à ces pages a été bloqué (403) pendant cette recherche ; l'information provient de recoupements tiers citant ces pages, pas d'une lecture directe. À vérifier manuellement sur le Partner Hub avant tournage.

1.2 Estimations tierces (rétro-ingénierie)

[MyDataValue](#) TIERS 17/04/2025 propose une pondération non officielle : ADR de base ~0,19, statut Preferred Partner ~0,16, prix moyen des concurrents ~0,15, position de classement (auto-renforcement) ~0,14, taux de conversion ~0,12, score d'avis ~0,11, vues de la fiche ~0,11, remise effective ~0,09. **Chiffres non vérifiés, à traiter avec prudence.**

[Motelcoach](#) TIERS 12/02/2026, MàJ 16/05/2026 : les fiches à 100% de « Property Page Score » obtiendraient jusqu'à 18% de réservations en plus ; les avis des 3 derniers mois pèseraient le plus lourd sur une moyenne glissante de 36 mois ; les annulations flexibles augmenteraient les réservations jusqu'à 75%.

[PhocusWire](#) TIERS ANCIEN 2014 décrivait déjà une logique de profit attendu (réservations × prix moyen × % commission – coûts d'acquisition) où la commission payée influence directement le positionnement — une mécanique de fond qui semble toujours d'actualité selon les sources récentes, sans confirmation technique à jour.

1.3 Vitesse de réponse et IA (2025-2026)

Depuis le lancement officiel de **Smart Messenger** et **Auto-Reply** (news.booking.com OFF 09/10/2025), la plateforme « récompenserait algorithmiquement » la rapidité de réponse selon [OTA News](#) TIERS 15/01/2026 — impact sur le classement non confirmé officiellement par Booking.com.

2. Tarification et parité tarifaire

2.1 État actuel de la parité (septembre 2026) – interdite de fait dans l'UE/EEE

France, 2015 : l'Autorité de la concurrence OFF ANCIEN mais structurant obtient dès avril 2015 la suppression des clauses de parité « large » ; la loi Macron interdira ensuite législativement toute clause, y compris restreinte.

CJUE, 19/09/2024 (affaire C-264/23, Booking.com/25hours Hotel Berlin) : la Cour ne tranche **pas** que les clauses de parité violent nécessairement le droit de la concurrence ; elle juge seulement qu'elles ne sont pas des « restrictions accessoires » automatiquement licites, renvoyant aux juridictions nationales le soin d'apprécier au cas par cas. OFF/juridictionnel — [analyse Concurrences](#) TIERS.

Digital Markets Act : Booking.com désigné « gatekeeper » le 13/05/2024 ; depuis le **14/11/2024**, obligation d'autoriser de meilleurs prix ailleurs (y compris le site propre de l'hôtel). Clauses de parité supprimées pour l'EEE, effectives au **02/12/2024** OFF.

Contentieux et sanctions

PAYS / INSTANCE	DÉCISION	DATE
Espagne — CNMC	Amende de 413,2 M€ pour abus de position dominante ; exécution suspendue en appel	30/07/2024 ; suspendu 09/03/2025
Hongrie — GVH	Amende de 382,5 M HUF pour non-respect persistant (pratiques trompeuses sur l'annulation gratuite)	15/07/2024
Italie — AGCM	Enquête sur Preferred Partner/Plus (favoritisme aux commissions élevées), close avec engagements, sans amende	22/04/2024 → 19/12/2024
Allemagne — Landgericht Berlin II	Booking.com jugé redevable envers 1000+ hôtels allemands (période 2013-2016) ; en appel, non définitif	12/2025
Pays-Bas — tribunal d'Amsterdam (action SHCA)	Décision intermédiaire : demandes non prescrites, clauses « non neutres », mais preuve du dommage jugée insuffisante à ce stade	03/2026

POINT À CLARIFIER AVANT LE SCRIPT

Les décisions de Berlin (déc. 2025, favorable aux hôtels) et d'Amsterdam (mars 2026, preuve jugée insuffisante) portent sur des procédures distinctes (action allemande spécifique vs action collective SHCA) et aboutissent à des lectures presque opposées — l'articulation entre les deux n'est pas clairement tranchée par les sources disponibles. À vérifier via une source juridique primaire.

2.2 Outils de pricing côté Booking.com

Booking Sponsored Benefit (BSB) OFF : remise automatique si le score du « Price Performance Dashboard » de l'hôtel est inférieur à 70. Qualifié par [Revenue Hub](#) TIERS de simple remise contre paiement anticipé

repackagée — pointé comme possible mesure d'effet équivalent à une clause de parité déguisée lors de l'atelier de conformité DMA de novembre 2024.

Pas d'outil de pricing dynamique automatique propriétaire confirmé : les solutions de yield management utilisées par les hôteliers passent très majoritairement par des tiers connectés en API (ex. PriceLabs, « Booking.com Connectivity Partner »).

2.3 Impact du prix sur le classement

Convergence forte entre sources officielles et tierces : un prix moins compétitif que le marché nuit au classement, un prix avantageux l'améliore — le Price Performance Dashboard matérialise explicitement ce lien.

3. Système d'avis

Seuls les voyageurs ayant réellement séjourné via une réservation Booking.com peuvent laisser un avis. Note globale affichée sur une échelle de **0 à 10**.

3.2 Changement majeur 2024-2025 : pondération par récence

Ancien système : moyenne quasi statique sur 3 ans, poids égal par avis. **Nouveau système**, annoncé fin 2024, déployé mondialement en **janvier 2025** : les avis récents pèsent nettement plus — année 1 (poids le plus élevé), année 2 (modéré), année 3 (le plus faible), selon le principe rapporté par plusieurs sources tierces convergentes (non confirmé littéralement par un document officiel directement accessible). Citation attribuée à

Booking.com : *«By weighting recent reviews more heavily, we aim to align review scores more closely with the present experience of each property. »*

Conséquence observée : scores beaucoup plus volatils — un cas cité passe de 8,8 à 9,3 en 8 mois de 2025 (15 changements de score contre quasiment aucun sur les 2 années précédentes). Sources : [Hospitality Net](#)

TIERS 06/01/2026, MàJ 20/02/2026 ; [Mara Solutions](#) TIERS ; étude évaluée par les pairs — [Mellinas, Di Nolfo-Aiassa, Martin-Fuentes](#), « *The weight of a review* », *Journal of Vacation Marketing* (SAGE), 2025
TIERS académique — la source la plus fiable méthodologiquement sur ce point précis.

LIMITE

Aucune source ne donne la formule mathématique exacte de la pondération par récence — seulement le principe général en trois tranches. À présenter comme un résumé de communication partenaire, pas comme une spécification technique vérifiée.

3.3 Impact sur le classement

Un score élevé et une dynamique d'avis récents positifs améliorent la visibilité. Le seuil de 7,0/10 pour le Preferred Partner et 8,0/10 pour Preferred Plus illustre le lien direct entre score et visibilité renforcée.

DÉSACCORD DE SOURCES

Seuil Preferred Partner : 7,0/10 selon la page officielle actuelle vs 8,9/10 selon Berner+Becker

ANCIEN 2023 — écart possiblement dû à une évolution du seuil, une confusion entre score d'avis et score de performance, ou une erreur de la source tierce. À vérifier avant utilisation.

4. Genius, Preferred Partner et Preferred Plus

4.1 Genius — programme voyageurs (3 niveaux)

booking.com/genius.html OFF : **Niveau 1** — accès immédiat, 10% de réduction avant taxes, 10% sur la location de voiture. **Niveau 2** — débloqué après 5 séjours en 2 ans (sources tierces convergentes), réduction cumulée 10-15%, petit-déjeuner offert, surclassement selon disponibilité. **Niveau 3** — après 15 réservations en 2 ans, réduction jusqu'à 20%, support prioritaire.

DÉSACCORD DE SOURCE

help.business.booking.com OFF (Business) indique que le niveau 2 se débloquent après « complete one stay » — contredisant les 5 sources tierces convergentes citant 5 séjours. Peut refléter une règle différente pour les comptes Business, une erreur, ou un changement récent non répercuté partout.

4.2 Genius — programme partenaire (hébergeur, opt-in)

Critères convergents : score d'avis minimum **7,5/10**, fiche active depuis 30+ jours, minimum 3 réservations complétées. **Aucune commission supplémentaire** — la remise est financée par l'hébergeur sur sa propre marge (ex. chambre à 100\$, remise Genius 10%, commission standard 15% → net ~76,50\$ contre 85\$ sans Genius). Bénéfices annoncés (relayés par des guides tiers, non retrouvés sur une page officielle directement accessible) : « jusqu'à +70% de vues » et « +45% de réservations ».

Évolution 2026 rapportée par [Houst](#) TIERS 11/05/2026 : passage à un appariement basé sur la pertinence plutôt qu'une visibilité garantie — les hôtes n'offrant que la remise minimale de 10% verraient leurs impressions diminuer. **Non confirmé officiellement.**

4.3 Preferred Partner Programme

[Page officielle](#) OFF : réservé aux 30% de partenaires les mieux classés. Trois critères cumulatifs : Performance Score $\geq 70\%$; note d'avis $\geq 7,0/10$; prix compétitif vs plateformes externes. Impact annoncé : « jusqu'à 65% de vues en plus », « en moyenne 20% de réservations en plus ». Coût : « légère augmentation de commission », chiffrée par des sources tierces convergentes à **+2% à +3%**. Réévaluation tous les 90 jours. Controverse : l'AGCM italienne a ouvert une enquête (avril 2024, close déc. 2024) précisément parce que le critère semblait favoriser les hébergeurs payant le plus de commission plutôt que la qualité réelle (voir section 7).

4.4 Preferred Plus

[Page officielle](#) OFF : niveau premium réservé aux 10% meilleurs Preferred Partners. Critères : Performance Score $\geq 80\%$, note d'avis $\geq 8,0/10$. Impact : « jusqu'à 60% de visibilité en plus », ~30% de réservations supplémentaires vs Preferred standard. Coût non chiffré précisément par la page officielle ; une source tierce évoque une commission totale pouvant dépasser 20%.

4.5 Visibility Booster

[Page officielle](#) OFF : boost ponctuel de visibilité sur des dates/pays ciblés via un ajustement volontaire à la hausse de la commission (mécanisme d'enchère implicite), utilisé pour écouler l'inventaire en période creuse ou après annulation tardive.

5. Personnalisation et IA

AI Trip Planner OFF ANCIEN mais fondateur — lancé en bêta le 27/06/2023 pour les voyageurs américains, combinant les modèles de recommandation Booking.com avec l'API ChatGPT d'OpenAI pour un dialogue en langage naturel.

Partenariat OpenAI approfondi OFF (étude de cas OpenAI) : GPT-4o mini pour des filtres intelligents en langage naturel, réponses automatisées sur les propriétés, résumés d'avis générés par IA organisés par thème, outil « Help Me Reply » pour les hôtes.

Stratégie « Connected Trip » : unifier vols, hébergements, location de voiture, activités et taxis en un parcours personnalisé, avec l'ambition de « self-healing trips » (rebooking automatique en cas de perturbation) — [Future Travel Experience](#) TIERS 18/06/2025, citant Morna McAulay (Booking.com) : « *What makes the difference is how we use our data — responsibly, transparently, and with the customer's consent.* »

IA agentique 2025-2026 OFF 09/10/2025 : AI Trip Support (assistance 24/7, 10 marchés dont US, UK, France, Allemagne, Australie), AI Voice Support, AI Rental Helper, résumés vocaux de comparaison de vols.

ANGLE MORT

Aucune source consultée (y compris officielle) ne détaille comment le moteur de personnalisation pondère les données individuelles pour composer les « Deals » personnalisés en page d'accueil. Le « DMA Consumer Profiling Report » de Booking Holdings devrait documenter cela mais n'a pas pu être consulté en détail dans cette recherche.

6. Chronologie des changements 2024–2026

DATE	CHANGEMENT	TYPE
13/05/2024	Désignation « gatekeeper » DMA par la Commission européenne	OFF
19/09/2024	Arrêt CJUE C-264/23 sur les clauses de parité	OFF
14/11/2024	Entrée en vigueur des obligations DMA (parité, accès données, portabilité)	OFF
02/12/2024	Suppression effective des clauses de parité dans l'EEE	TIERS (rapportée)
19/12/2024	Clôture de l'enquête AGCM (Italie) avec engagements sur Preferred Partner	OFF
Nov. 2024–janv. 2025	Passage du score d'avis à une pondération par récence	OFF (communication partenaire)
10/2025	Lancement Smart Messenger + Auto-Reply (IA agentique)	OFF
12/2025	Jugement du tribunal de Berlin en faveur de 1000+ hôtels allemands (en appel)	OFF (juridictionnel)
03/2026	Décision intermédiaire du tribunal d'Amsterdam (action SHCA)	OFF (juridictionnel)
2026 (courant)	Genius partenaire : évolution vers un appariement basé sur la pertinence	TIERS , non confirmé
08/2026	10 000+ hôtels européens dans l'action collective (objectif 18 000)	TIERS

7. Controverses, actions en justice, régulation

7.1 Digital Markets Act – statut « gatekeeper »

Booking Holdings est désigné gatekeeper au titre du DMA depuis le 13/05/2024 pour Booking.com (pas Agoda, KAYAK, Priceline, OpenTable). Depuis le 14/11/2024 : liberté tarifaire totale des hôtels sur les autres canaux, accès temps réel aux données d'usage, portabilité des données. [Commission européenne](#) OFF.

[HOTREC](#) TIERS (association hôtelière européenne) juge le rapport de conformité de Booking.com insuffisant, pointant : le paiement anticipé imposé sans alternative suffisante ; une opacité persistante de l'algorithme de classement ; le Booking Sponsored Benefit comme possible clause de parité déguisée ; le refus de transmettre l'email client aux hôtels avant check-in. Amendes DMA possibles jusqu'à 10% du CA mondial (20% en récidive) — **aucune amende confirmée contre Booking.com à ce titre en date de septembre 2026** dans les sources consultées.

7.2 Sanctions nationales

Voir tableau section 2.1 : Espagne (413,2 M€, suspendu en appel), Hongrie (382,5 M HUF), Italie (enquête close avec engagements, sans amende), France (précédent de 2015).

7.3 Actions collectives des hôteliers

La **Stichting Hotel Claims Alliance (SHCA)**, association néerlandaise soutenue par HOTREC, UKHospitality et 30+ associations nationales, réclame « des milliards » correspondant à une part des commissions payées entre 2004 et 2024. Plus de 10 000 hôtels enregistrés début août 2026 (objectif 18 000). [Travel Weekly UK](#)

TIERS 04/08/2026. Une action distincte de hôteliers andalous réclame ~1 milliard d'euros ([The Spanish Eye](#) TIERS, 24/09/2025).

7.4 Position officielle de Booking.com

[news.booking.com](#) OFF maintient que « 74% des hôteliers disent que Booking.com rend leur activité plus rentable », que la collaboration « a toujours été et reste entièrement optionnelle », et qu'« aucune juridiction n'a déterminé que les partenaires ou consommateurs ont subi une perte ».

8. Conseils pratiques d'optimisation

Contenu : compléter à 100% le score de la fiche (jusqu'à +18% de réservations selon Motelcoach TIERS) ; ~24 photos haute qualité recommandées, au moins 4 par type de chambre ; taguer précisément photos et équipements pour matcher les filtres de recherche.

Avis : répondre vite aux avis et messages (valorisé depuis Smart Messenger) ; maximiser le volume d'avis, sachant que les avis des ~3 derniers mois pèsent proportionnellement plus depuis la réforme 2025 — une amélioration de service se reflète plus vite qu'avant (~2,5 mois dans un cas cité), mais une baisse de qualité aussi.

Tarification et disponibilité : charger le calendrier au moins un an à l'avance ; maintenir une parité de prix favorable (le Price Performance Dashboard pénalise fortement un écart défavorable) ; proposer des politiques d'annulation flexibles quand c'est viable économiquement.

Programmes commerciaux : évaluer indépendamment Genius, Preferred Partner, Preferred Plus, Mobile Rates et Visibility Booster selon leur rapport coût/gain de visibilité plutôt que les activer tous par défaut ; révision trimestrielle plutôt que « poser et oublier » ; utiliser le Visibility Booster ponctuellement (période creuse, annulation tardive) plutôt qu'en continu.

Répertoire des sources — Booking.com

SOURCE	DATE	TYPE
Mavridis et al. — Beyond algorithms: Ranking at scale at Booking.com	2020	OFF ANCIEN
Partner Hub — Preferred Partner Programme	2026	OFF
Partner Hub — Preferred Plus	2026	OFF
Partner Hub — Visibility Booster	non précisée	OFF
Genius loyalty program	non précisée	OFF
Genius loyalty program (Business)	non précisée	OFF
Facts on legal claims, class actions & parity	2026	OFF
Amsterdam court upholds Booking.com's position	04/03/2026	OFF
Launches New AI Trip Planner	27/06/2023	OFF ANCIEN
Debuts Agentic AI Innovations	09/10/2025	OFF
Commission européenne — DMA compliance	14/11/2024	OFF
AGCM (Italie) — ouverture enquête	04/2024	OFF
GVH (Hongrie) — amende	15/07/2024	OFF
Autorité de la concurrence (France)	21/04/2015	OFF ANCIEN
OpenAI — Booking.com case study	2024-2025	OFF
MyDataValue — Cracking the Ranking Algorithm	17/04/2025	TIERS
Motelcoach	02/2026, MàJ 05/2026	TIERS
Hospitality Net — Booking.com's new review scoring explained	01/2026, MàJ 02/2026	TIERS
Mara Solutions	13/01/2025, MàJ 06/2026	TIERS
Mellinas et al. — The weight of a review (SAGE)	2025	TIERS académique
Houst — Genius program	11/05/2026	TIERS
HOTREC	2024-2025	TIERS
Travel Weekly UK — action collective	04/08/2026	TIERS
AltexSoft — jugement Berlin	12/2025	TIERS
The Spanish Eye — hôteliers andalous	24/09/2025	TIERS

Future Travel Experience — Connected Trip

18/06/2025

TIERS

PhocusWire

18/12/2014

TIERS ANCIEN

Points communs — et limites de ce dossier

Deux boîtes noires ML, jamais chiffrées

Aucune des deux plateformes ne publie de pondération numérique de son moteur de classement. Airbnb documente son architecture via des papiers académiques (KDD/CIKM) ; Booking.com via un unique papier de recherche interne de 2020, jamais mis à jour publiquement.

Fiabilité opérationnelle

= signal de classement

Faible taux d'annulation, réponse rapide, disponibilité du calendrier : ces facteurs reviennent identiquement des deux côtés, et sont de plus en plus liés à l'adoption d'outils d'IA de messagerie (2025-2026).

Visibilité contre commission ou remise

Superhost/Guest Favorite (gratuits, basés sur la performance) chez Airbnb ; Genius/Preferred Partner/Preferred Plus (remise ou commission additionnelle) chez Booking.com — deux logiques de fidélisation différentes mais toutes deux opaques sur l'ampleur exacte du boost.

2025-2026 : la bascule IA générative

Recherche en langage naturel, résumés d'avis par IA, assistants conversationnels : les deux plateformes accélèrent au même moment (2025-2026), avec des gains d'efficacité interne revendiqués publiquement par leurs dirigeants.

Le prix relatif au marché est central

Chez les deux, un prix moins compétitif que des annonces comparables pénalise la visibilité — confirmé officiellement par Airbnb, matérialisé chez Booking.com par le Price Performance Dashboard.

Avis récents, de plus en plus déterminants

Airbnb intègre la probabilité d'avis positif directement dans l'entraînement de son ranker ; Booking.com a basculé fin 2024/début 2025 vers une pondération des avis qui favorise nettement les 12 derniers mois.

Pression réglementaire

européenne, résultats inégaux

DSA pour Airbnb (transparence des systèmes de recommandation, peu suivie d'effet concret) ; DMA « gatekeeper » + multiples contentieux sur la parité tarifaire pour Booking.com (bien plus disruptif, sanctions financières réelles).

Les chiffres précis circulant

en ligne restent non vérifiables

« 800+ signaux » (Airbnb), pourcentages exacts de boost de visibilité (Booking.com) : ces chiffres, largement repris par les blogs SEO/revenue management, n'ont pu être retracés jusqu'à une source primaire vérifiable dans cette recherche.

AVANT DE TOURNER

Plusieurs pages officielles du Partner Hub de Booking.com étaient inaccessibles en lecture directe pendant cette recherche (erreurs 403) ; leur contenu a été recoupé via des sources tierces qui affirment les citer fidèlement, sans vérification à 100%. Il est recommandé de les consulter manuellement (dans un navigateur, idéalement via un compte partenaire) avant le tournage pour pouvoir citer Booking.com de première main. Côté Airbnb, plusieurs pages d'aide publiques n'ont pas été mises à jour dans leur formulation depuis 2022-2023, alors que les publications techniques montrent un moteur bien plus sophistiqué en coulisses — un décalage entre discours public et réalité technique interne, qui est en soi un angle narratif pour la vidéo.

Compilation réalisée le 14 septembre 2026 à partir de recherches web croisées (sources officielles des deux plateformes et sources officieuses — presse spécialisée, consultants, chercheurs, autorités de régulation). Les algorithmes de classement et de tarification évoluent en continu ; certaines informations, notamment les chiffres non confirmés officiellement, peuvent devenir obsolètes en quelques mois. Une vérification ponctuelle des pages officielles citées est recommandée avant diffusion publique.

Source

 [«Algorithmes Airbnb & Booking.com : les secrets pour être mieux classé»](#), vidéo disponible sur notre chaîne YouTube

Passer d'une logique de réaction à une vraie stratégie

Si cette synthèse vous a confirmé qu'**ajuster vos prix en suivant les concurrents** n'est pas une stratégie durable, cet échange peut vous aider à clarifier **la bonne approche** pour votre activité.

Que vous soyez **une conciergerie, un gîte, une maison d'hôtes, un sous-loueur professionnel, un investisseur** ou **une agence immobilière**, les enjeux ne sont pas les mêmes.

Prenez **30 minutes** pour échanger avec **Valentin Odinot**, notre **responsable commercial**, sur votre situation, vos objectifs et les solutions qui pourraient vous permettre d'aller plus loin à la rentrée.

L'objectif : identifier **la solution la plus adaptée** à vos enjeux, à votre niveau de maturité et à vos ambitions.

[JE RÉSERVE MON
RDV GRATUIT](#)