

CHARTRE DE BONNES PRATIQUES DE LA COMMERCIALISATION DE L'OFFRE D'HOTELLERIE DE PLEIN AIR SUR INTERNET

2024-2025

La FNHPA

La société

D'une part,
ci-après « la FNHPA »

D'autre part,
ci-après « *le Signataire* »

PREAMBULE

La Fédération Nationale de l'Hôtellerie de Plein Air (« la FNHPA ») a pour mission la défense des intérêts des professionnels de la filière de l'Hôtellerie de Plein Air en France.

Face au développement des offres d'hébergement sur Internet et à la diversité des pratiques, la FNHPA œuvre activement à une plus grande transparence et une sécurisation des relations contractuelles entre les acteurs du numérique et les gestionnaires et exploitants de campings.

Elle propose une Charte de bonnes pratiques de la commercialisation de l'offre HPA sur internet destinée à informer les gestionnaires et exploitants de campings sur les pratiques et modalités d'intervention de ces acteurs de la commercialisation numérique.

Les Signataires sont des professionnels distributeurs ou intermédiaires commercialisant l'offre HPA sur internet proposée majoritairement, si ce n'est exclusivement, par les professionnels de l'HPA. En leur qualité de Signataires de la Charte, ils partagent les attentes légitimes des gestionnaires de l'HPA et s'engagent dans une démarche vertueuse.

Transparence tarifaire, préservation de la maîtrise commerciale, protection du nom des gestionnaires et exploitants de campings, sont quelques-uns des principes qui président à cet engagement volontaire.

BONNES PRATIQUES

1. Bonnes pratiques du Signataire à l'égard de l'ensemble de la profession des hôteliers de plein air

1.1 Obligation générale de loyauté et de coopération du Signataire de la Charte envers l'ensemble des professionnels de l'hôtellerie de plein air

Le Signataire de la présente charte s'engage à respecter les intérêts de la profession des hôteliers de plein air en général.

Dans le cadre de son activité de commercialisation de séjours en camping, le professionnel distributeur ou intermédiaire commercialisant l'offre HPA sur internet Signataire de la présente Charte s'engage à respecter les règles de concurrence loyale et à ne pas porter atteinte aux intérêts économiques de la profession des hôteliers de plein air dans son ensemble.

En particulier, le Signataire s'engage tant envers ses partenaires contractuels, qu'envers les HPA non contractantes à un contrat de commercialisation de leur offre HPA sur internet à :

- Ne pas utiliser de pratiques commerciales trompeuses ou déloyales pour favoriser leur propre positionnement au détriment des hôteliers de plein air ;
- Ne pas diffuser d'informations erronées ou incomplètes sur les campings référencés, notamment en ce qui concerne la qualité des prestations proposées, la localisation ou les équipements.

Le Signataire s'engage également à collaborer de manière constructive avec les organisations représentatives de la profession des hôteliers de plein air, afin de faciliter le développement de relations commerciales équilibrées et durables au sein du secteur.

1.2 Référencement

Le professionnel distributeur ou intermédiaire commercialisant l'offre HPA sur internet Signataire de la Charte s'engage à ne pas référencer le nom des campings avec lesquels il n'est pas contractant dans le cadre de son activité de vente en ligne. Par conséquent, le Signataire s'engage à ne pas référencer le nom de ces campings sur son site internet, ses applications mobiles ou tout autre support de vente en ligne. Cette interdiction s'applique également aux liens hypertextes, à l'achat de mots-clés et aux publicités en ligne.

Cette clause est justifiée par la nécessité de protéger la réputation des professionnels de l'hôtellerie de plein air et d'éviter toute confusion auprès des clients. En effet, la référence de noms de campings avec lesquels le Signataire n'a pas de contrat de commercialisation pourrait induire les clients en erreur et porter atteinte à l'image de marque de ces campings.

1.3 Exclusion de mots clés

Le professionnel distributeur ou intermédiaire commercialisant l'offre HPA sur internet Signataire de la Charte s'engage à procéder à l'enregistrement en « mots clés à exclure » des noms permettant notamment l'identification de marques et de campings qui ne lui sont pas contractuellement liés dans le cadre de l'ensemble de ses activités et de ses campagnes de référencement payants (auprès notamment de *Google Ads*, *Bing Ads* et de tout autre programme).

Cette obligation s'applique notamment aux noms de marque, aux noms de domaine, aux noms des campings et à tout autre terme permettant d'identifier les professionnels de l'hôtellerie de plein air.

Cette clause est justifiée par la nécessité de protéger la réputation des professionnels de l'hôtellerie de plein air et d'éviter toute confusion auprès des clients.

Tout manquement aux bonnes pratiques ci-dessus énumérées pourra donner lieu à l'exclusion immédiate temporaire ou définitive de la liste des Signataires de la présente Charte.

2. Bonnes pratiques du Signataire à l'égard de son partenaire contractuel

2.1. Politique tarifaire

La FNHPA et le Signataire s'engagent sur les bonnes pratiques ci-après énoncées **Politique tarifaire** :

- i. **En cas d'allotement¹**, le Signataire commercialise l'offre HPA via un contrat de mandat conclu **au nom et pour le compte du camping**. Il applique ainsi la grille tarifaire publique du camping. Le camping s'engage à communiquer au partenaire sa grille tarifaire et à l'informer sans délai de toute modification à la baisse ou à la hausse, en cas de Yield Management.
- ii. **En cas de vente en linéaire²**, le Signataire commercialise pour son compte ; il fixe son prix librement, s'efforcera d'informer le camping des tarifs publics et des promotions préalablement à leur application (notamment lorsqu'il commercialise des hébergements appartenant au camping).

¹ Allotement : option sur la location d'emplacements ou d'hébergements, pour laquelle le distributeur par l'intermédiaire de l'offre HPA en ligne ne paye que ce qu'il a vendu, avant la date de rétrocession ou le stop sell (en cas de free sell).

² Linéaire : réservation ferme de la location d'emplacement ou d'hébergement, à un prix forfaitaire et pour une durée convenue, en vue d'une revente (à la découpe) par le distributeur par intermédiaire de l'offre HPA en ligne à ses clients.

En cas d'allotement, et dans un souci de transparence, le Signataire s'engage à mentionner sur le voucher remis par le client à son arrivée au camping le prix net payé par lui.

Le Signataire s'engage à ne pas fournir de fichier de pré-dispo, avec ou sans les tarifs, aux moteurs de recherche sans accord préalable exprès du camping.

2.2. Commercialisation de l'offre HPA sur internet proposée majoritairement, si ce n'est exclusivement, par les professionnels de l'HPA.

i. Pas de commercialisation d'emplacement « loisirs » sans information préalable du camping concerné et vérification de la régularité contractuelle de ladite commercialisation.

La gestion locative de l'hébergement d'un particulier, locataire d'un emplacement dans un camping, doit être précédée d'une information du gestionnaire du camping et de la vérification de la régularité de cette gestion locative au regard du contrat « loisirs » liant le locataire au camping.

ii. Pas de commercialisation des offres de loueurs ne respectant pas les dispositions légales et réglementaires applicables aux gestionnaires
Dès qu'il en a connaissance, le Signataire s'engage à déréférencer les offres émanant de clients non professionnels qui ne respecteraient pas les dispositions légales ou réglementaires d'ordre public qui s'imposent aux gestionnaires et exploitants de terrains de camping, notamment au regard du Code de l'urbanisme et du Code du tourisme.

2.3. Pas d'utilisation ni d'achat non autorisé du nom des campings dans un programme d'achat de mots clefs (en mots-clefs ou dans le texte et/ou le titre de l'annonce)

Le Signataire s'engage à obtenir l'autorisation expresse du gestionnaire ou de l'exploitant de camping avant tout usage de noms de domaines, de sous-domaines et d'URL destinés à générer plus de visites dès lors que ces noms disposent d'une similitude explicite avec des noms de campings. Faire apparaître une offre contextuelle sur la fiche nominative d'un camping sur un site tiers (plateforme d'avis, comparateur, annuaire, etc.) est considéré comme de l'achat de mots-clefs en cas de paiement au clic, comme de l'affiliation en cas de paiement au résultat.

Le Signataire s'engage à déréférencer le camping et à le mettre en négatif si celui-ci apparaît dans le cadre d'un programme d'achat de mots clés non autorisé expressément et sur simple demande, dès lors que son nom constitue un signe distinctif et ne comporte pas de termes génériques, qu'il soit déposé ou non à titre de marque. Cet engagement s'applique également aux noms, tels que qualifiés ci-avant, de campings qui n'auraient pas d'engagement contractuel avec le Signataire.

2.4. Les canaux de distribution et marchés doivent être connus lors de la contractualisation. Aucune réversion des stocks sur un autre canal ou sur un autre marché n'est autorisée sans accord préalable.

Le Signataire s'engage à informer le camping de ses canaux de distribution, ses marchés ainsi que de ses programmes d'affiliation potentiels destinés à diffuser les offres du camping.

Le Signataire s'engage à faire connaître préalablement à la signature du contrat et à toute signature de nouveaux partenariats commerciaux, pendant toute la durée de l'engagement contractuel avec le gestionnaire de camping, ses pratiques commerciales (ex. en cas de ventes aux enchères) et ses partenariats tels que définis au précédent paragraphe.

Le gestionnaire ou exploitant de camping peut refuser d'être distribué par un ou plusieurs nouveaux prestataires. Si un camping donne son autorisation pour être distribué par un ou plusieurs prestataires, le Signataire garantit que ce(s) dernier(s) respecte(nt) les principes de bonne conduite figurant dans la présente charte.

Si le camping modifie les informations de sa fiche chez le Signataire, celui-ci doit alors s'assurer que ses propres partenaires mettent à jour leur(s) fiche(s), dans un délai acceptable.

2.5. Tout manquement aux engagements pris dans le cadre de la présente Charte peut entraîner la résiliation du contrat signé par les gestionnaires de camping

Le Signataire prévoit dans toute convention habituellement proposée par elle aux terrains de camping, ou toute annexe à une telle convention sur demande des gestionnaires de camping, une clause de résiliation expresse au bénéfice de ces derniers en cas de manquements de la société partenaire aux règles énoncées dans la présente Charte de Bonnes Pratiques.

2.6. Le Signataire s'engage à ne pas exiger de stocks de locatifs garantis toute l'année, ni d'accès obligatoire et permanent à l'ensemble des offres du camping.

Un camping qui offre la gamme complète de ses locations à la disposition des partenaires ou un stock minimum toute l'année perd de la souplesse nécessaire pour s'adapter aux exigences et à l'évolution du marché.

Si le Signataire et le camping s'accordaient néanmoins sur l'octroi de stocks garantis ou d'un accès à l'ensemble des offres du camping, le Signataire s'engage à attirer l'attention du camping sur les conséquences attachées à cet engagement et à lui donner la possibilité de se dédire à tout moment, dans un délai raisonnable et pour le stock non encore vendu.

2.7. Le Signataire s'engage à accorder un droit de réponse des gestionnaires de camping aux commentaires en ligne des clients ayant réservé leur séjour par son intermédiaire

Afin de garantir à tous (opérateurs, campings, clients) une saine utilisation des avis clients, le Signataire qui collecte, modère ou diffuse des avis en ligne met en œuvre les meilleurs moyens pour permettre un droit de réponse, direct ou par son intermédiaire, au gestionnaire ou exploitant du camping concerné dans le respect de la réglementation en vigueur.

2.8. Le Signataire propose de préférence des contrats annuels

De préférence, les contrats entre le Signataire et les campings sont annuels, dans la mesure où cette durée permet à chacune des parties de renégocier dans un délai raisonnable, les droits et obligations de son contrat.

2.9. Le Signataire s'interdit d'utiliser ou de communiquer à son réseau de distribution et, plus généralement, à des tiers, toute photographie ou vidéo dont les droits appartiennent aux gestionnaires de camping sans avoir obtenu préalablement leur accord écrit.

Le Signataire s'engage à ne pas utiliser, reproduire ni diffuser les données, nom, fichiers ou photos, et plus largement tout élément graphique, vidéo ou sonore du camping, sans l'accord exprès du camping concerné.

2.10. Le Signataire s'engage à ne plus utiliser les données ou fichiers du camping après la fin de la relation contractuelle.

Il s'engage aussi à ne pas faire apparaître cet établissement sur ses supports de communication/commercialisation directs ou indirects dès lors que le lien contractuel qui les unit a cessé de produire ses effets.

2.11. Le Signataire s'engage à proposer des documents contractuels clairs et transparents

Il s'engage ainsi à :

- Rédiger ses documents contractuels en français – version faisant foi-, de manière claire et compréhensible et permettre un accès facile en ligne à ses conditions générales d'utilisation ainsi qu'à tout document de nature contractuelle.
- Indiquer de manière claire, visible et lisible la raison sociale et l'adresse du siège social de l'entité qui contracte effectivement avec le camping.
- Préciser dans ses documents contractuels le droit applicable et la compétence juridictionnelle en cas de litiges ou de contestations auxquels le contrat pourrait donner lieu tant sur sa validité que sur son interprétation, son exécution ou sa réalisation.
- Prévoir la possibilité de recourir à la médiation ou à tout autre mode alternatif de règlement des différends.

- Respecter les principes de bonne foi, de loyauté et de transparence dans les relations contractuelles que ce soit au stade de la négociation, de la formation ou de l'exécution du contrat et, plus généralement, ne pas profiter de sa position économique pour remettre en cause unilatéralement, au-delà de ce que la situation justifie ou permet, les termes et engagements des conventions conclues.

2.12. Le Signataire garantit un échange ouvert, fiable et individualisé entre plateformes et entreprises utilisatrices, à tous les stades de la relation commerciale

Le Signataire s'engage à

- Mettre en place un dispositif dédié au sein des plateformes pour garantir le dialogue avec les entreprises utilisatrices.
- Assurer une transparence sur les critères, motifs et prise d'effet du déréférencement et la possibilité pour les entreprises utilisatrices de les contester.
- Informer de manière claire sur les critères de classement

Par la signature de la présente charte, le Signataire reconnaît que ses conditions respectent l'ensemble des bonnes pratiques qui en font l'objet.

PILOTAGE ET METHODE DE TRAVAIL

La FNHPA s'engage à :

- Communiquer via la presse professionnelle, son site internet, les réseaux sociaux ou tout autre support d'information, le nom des Signataires engagés à ses côtés
- Mettre en valeur les Signataires de la charte à l'occasion d'événements qu'elle organise
- Echanger une fois par an avec les Signataires afin de recueillir leurs observations sur l'application de la présente charte.
- Proposer un visuel FNHPA permettant d'identifier le Signataire.

Une commission permanente nationale composée de membres issus du Conseil d'Administration national de la FNHPA, représentatifs du territoire français avec le concours éventuel de conseillers techniques et juridiques a pour mission de :

- Traiter toutes les informations et faire des propositions d'amélioration aux engagements prévus dans la charte

- Veiller au renouvellement des divers documents de déclaration ou d'engagement des prestataires qui en expriment la demande.
- Tenir à jour les listes des sociétés ayant signé un ou plusieurs de ces documents
- Collecter auprès de ses adhérents les dysfonctionnements et le non-respect d'engagements pris.

La FNHPA pourra également procéder ou faire procéder à des enquêtes de satisfaction auprès de ses adhérents

En cas d'indice laissant penser à l'existence de dysfonctionnement ou de non-respect d'engagement pris, la FNHPA pourra également interroger ses adhérents et collecter auprès d'eux, des informations pertinentes. Elle informera alors de sa démarche le Signataire concerné.

Après vérification et demande d'information auprès du Signataire concerné, elle pourra, en cas d'absence de réponse satisfaisante, et toujours en informant le Signataire de sa démarche, porter ces éléments à la connaissance de ses adhérents, syndicats départementaux et régionaux. En cas de manquements graves ou répétés de la société prestataire, la FNHPA pourra, dans le respect des règles du droit français, suspendre et dénoncer avant son terme la présente Charte avec le Signataire, et en informer ses adhérents et ses structures professionnelles. La FNHPA pourra également, notamment en cas de manquements graves ou répétés aux dispositions du présent document, en fournissant une justification objective et légitime, ne pas reproposer la Charte de bonnes pratiques de la commercialisation de l'offre d'hôtellerie de plein air sur internet à la signature.

La présente Charte est soumise au droit français et à la compétence, en cas de difficultés, des juridictions françaises.

En cas de traduction dans une langue étrangère de la présente charte, seule la version française fera foi.

La Charte de bonnes pratiques 2024/2025 pourra faire l'objet d'une signature jusqu'au 31 octobre 2024.

La présente Charte de bonnes pratiques s'applique jusqu'au 31 août 2025.

Elle pourra faire l'objet d'avenants en fonction d'actions nouvelles envisagées conjointement par les deux parties.

Fait à PARIS

Le __ / __ / 2024

en deux exemplaires

La FNHPA

La société _____
