



LA LETTRE DE CAMPO OUEST N° 14 - OCTOBRE 2014

Editorial

La Fédération Régionale de l'Hôtellerie de Plein Air de Normandie (FRHPA Normandie) rejoint l'Union Bretonne de l'Hôtellerie de Plein Air (UBHPA), la Fédération Régionale de l'Hôtellerie de Plein Air des Pays de la Loire (FRHPA Pays de la Loire) et le Syndicat Régional de l'Hôtellerie de Plein Air de la Région Centre (SRHPA Région Centre) et pour développer une offre unique et de proximité à destination des professionnels.

Avec le soutien fort de la Fédération Nationale de l'Hôtellerie de Plein Air (FNHPA), les quatre fédérations régionales affichent une cohésion inédite à l'échelle du Grand Ouest et souhaitent donner un signal de renouveau dans une période de mutation économique profonde.

Lors de cette nouvelle édition, près de 200 exposants et quelques 2000 visiteurs se retrouveront à Campo Ouest. Réservé aux professionnels, le salon est devenu l'un des événements majeurs du secteur.

Outre la présentation de produits et de services particulièrement destinés aux gestionnaires de sites de l'hôtellerie de plein air, une bonne partie de l'offre s'adresse également aux professionnels de l'hôtellerie classique, ainsi qu'aux responsables d'équipements de loisirs des collectivités locales.

C'est donc avec plaisir qu'une fois de plus nous vous souhaitons un très bon salon !

Faut-il travailler avec les agences de voyages en ligne ?

Nombre d'hôteliers ont déjà cédé aux sirènes des Online Travel Agency (OTA). Mais quelques désillusions doivent encourager les gestionnaires HPA à y regarder de plus près avant de s'engager dans ce type de partenariat.

Il y a longtemps que le secteur du tourisme n'avait pas connu un tel bouleversement. En faisant irruption dans la relation entre les exploitants et les clients, des acteurs comme Booking, Expedia ou encore Priceline ont signé les plus belles réussites de ces dernières années. *"Priceline, c'est quelque chose comme 6 millions de dollars de bénéfices chaque jour, pointe Thomas Yung, consultant en stratégie internet et ancien hôtelier lui-même. Les OTA sont des mastodontes aux ambitions dévorantes".*

Il faut dire que l'offre des OTA est a priori séduisante à l'heure où Internet impose aux exploitants d'investir le World Wide Web pour aller chercher des clients toujours plus exigeants. L'insertion de son établissement dans leur catalogue mondial est simple, rapide, performante et plutôt bon marché. *"La commission oscille entre 15 et 20 % du montant du séjour, constate Thomas Yung. En regard de l'ensemble des prestations apportées, c'est raisonnable, même si certains exploitants se plaignent".*

Certaines OTA cannibalisent les clients

Mais pour le consultant, le fond du problème n'est pas là : *"si les exploitants ont pour la plupart investi dans un site internet, ils ne sont pas formés aux techniques du webmarketing. Les OTA sont arrivées en disant aux exploitants de se concentrer sur leur métier et qu'elles s'occuperaient de valoriser leur offre sur le web. Quand elles vont chercher de nouveaux clients au fin fond du Danemark ou des Etats-Unis, c'est tout bénéfice pour l'exploitant. Mais quand elles se mettent à piquer les clients qui auraient pu spontanément contacter directement l'exploitant, ce n'est plus bon du tout !"*

Thomas Yung met en cause certains méthodes des OTA, comme celle qui consiste à acheter des mots-clés aux moteurs de recherche, détournant les clics des internautes vers leur centrale de réservation en ligne. *"Admettons que votre établissement s'appelle l'Hôtel de la Baie, à Ploërmel. Quand l'internaute va saisir ces mots-clés dans Google, les premiers résultats mettront systématiquement en avant un lien vers Booking. Le moteur de recherche a beau indiquer 'annonce' face au résultat, il y a gros à parier que cet internaute clique sur ce lien".*

Travailler avec les OTA en connaissance de cause

En d'autres termes, les OTA cannibalisent sans retenue les clients des hôteliers, en polluant ainsi les résultats des recherches naturelles sur Internet. De plus, en organisant un système d'affiliation avec d'autres annuaires, elles galvaudent l'offre des hôteliers qui se retrouve mélangée avec des chambres d'hôtes ou des appartements.

"Attention, tempère Thomas Yung, je ne dis pas que les OTA sont à éviter absolument. Simplement, quand on décide de travailler avec elles, il faut le faire en connaissance de cause et être suffisamment armé pour ne pas perdre la main sur la commercialisation de son offre". Un combat que les acteurs de l'hôtellerie traditionnelle ne sont pas loin d'avoir perdu, selon lui : *"ils se sont fait voler la relation avec le client avant le séjour par les OTA et ils sont en train de voir leur échapper celle après le séjour, avec les sites d'avis comme TripAdvisor. Bientôt, il se pourrait même qu'il ne gère plus vraiment leur client pendant leur séjour : qui sait si les OTA ne proposeront pas des applications de commande de services en temps réel, comme un cocktail au bar ou une activité touristique aux portes de l'hôtel ?"*



La parole aux adhérents

Moment unique dans le salon, votre président Guylhem Féraud ne sera disponible que pour vous.

Soyez présent et profitez de cette proximité pour aborder tous les thèmes que vous souhaitez :

Mercredi 19 Novembre
de 18h00 à 19h30

Inscription en ligne

En vous pré-inscrivant en ligne, vous gagnerez un temps précieux lors de votre arrivée à Campo Ouest !

Faites votre pré-inscription sur notre site internet et présentez-vous directement au point d'accueil dédié lors de votre arrivée au salon.

► www.campo-ouest.com/visiteurinscription.htm

Rendez-vous

Rendez-vous juridiques avec

Maître Jean-Michel Roche

mercredi 19 novembre

Maître Cyril Repain

mercredi 19 novembre

jeudi 20 novembre

► Inscrivez-vous : info@campo-ouest.com

Hébergement

Retrouvez la liste des hébergements à Nantes et alentours sur www.campo-ouest.com.

Profitez de prix salon dans ces deux établissements :

Nantes Camping

21 boulevard du Petit Port
44300 Nantes
Tél : 02 40 74 47 94
www.nantes-camping.fr

Westotel

34 Rue de la Vrière
44240 La-Chapelle-sur-Erdre
Tél: 02 51 81 36 36
www.westotel.com

Faut-il travailler avec les agences de voyage en ligne ? /suite

Le spécialiste du webmarketing hôtelier craint une évolution similaire à celle qu'a connue l'agro-alimentaire depuis une dizaine d'années : les producteurs subissent le diktat des centrales d'achats, qui ont réussi à fixer les prix comme elles l'entendent.

Pour le moment, les professionnels de l'hôtellerie de plein air sont relativement épargnés de par les spécificités de leur offre. Mais cette protection ne durera pas longtemps. Thomas Yung a établi une liste de recommandations : *"Avant tout, restez groupés ! La FNHPA a élaboré des chartes de bonnes pratiques et demande aux OTA de s'engager. Impliquez aussi vos partenaires technologiques, réalisez un site internet performant et visible. Offrez une expérience unique à vos clients et éduquez-les quand ils sont chez vous. Surtout ne soyez pas passifs ! Réinventez-vous et allez chercher de nouveaux consommateurs".*

Zoom sur...

La notice d'information sur les conditions de location des emplacements à l'année

Jusqu'à la parution de l'arrêté du 17 février 2014, en matière de contrats d'emplacements à l'année, les gestionnaires de sites n'avaient qu'une obligation générale d'information préalable découlant des dispositions du Code de la Consommation. *"Devant l'accroissement du nombre de contentieux, l'Etat a voulu ajouter des dispositions spécifiques, observe Maître Cyril Repain, avocat. L'idée est donc de remettre obligatoirement au client, avant toute conclusion de contrat, une notice d'information préalable qui reprend les grands traits du contrat de location proposé. Le client doit attester l'avoir reçue. Ce n'est qu'après que le contrat peut être conclu".*

Pour Maître Repain, la notice ne réduira pas à néant les contentieux. Elle a toutefois le mérite d'informer de manière claire le client et de réduire le champ des conflits (sans pour autant expurger automatiquement les contrats des éventuelles clauses abusives qu'ils contiennent), le client se maintenant sur place en connaissance de cause. *"Le texte est entré en vigueur le 1er avril 2014, à une date où les contrats de l'année 2014 avaient généralement été conclus. La généralisation de la procédure commence maintenant, avant les contrats 2015. Les adhérents FNHPA devraient recevoir rapidement un modèle-type à adapter. Le mieux est d'essayer de le respecter au maximum et de prendre conseil si besoin."*

Le programme de Campo Ouest 2014

Mercredi 19 Novembre

09h30 - Café d'accueil pour les visiteurs

11h00 - Inauguration du salon par Guylhem Féraud, président de la FNHPA

12h00 - Signature des nouveaux statuts Campo Ouest par les quatre fédérations

Cocktail offert par la fédération HPA de Normandie

15h00 - Réunion des conseils d'administration des quatre régions en présence de Guylhem Féraud, président de la FNHPA

18h00 - Réunion des adhérents HPA avec Guylhem Féraud

Questions ouvertes au président de la FNHPA

19h30 - Soirée Campo Ouest

Jeudi 20 Novembre

09h00 - Café d'accueil pour les visiteurs

12h00 - Remise des Trophées Campo Ouest et cocktail

18h00 - Cocktail de clôture du salon

Pendant les deux jours

Ateliers nouvelles technologies animés par Stéphane Fontaine (Openity)

La soirée Campo Ouest

La soirée de Campo Ouest 2014 aura lieu le mercredi 19 novembre à partir de 19h30 dans les salons du Parc des Expositions. Elle sera offerte aux adhérents de l'UBHPA, de la FRHPA Pays de la Loire, du SRHPA Région Centre et de la FRHPA Normandie.

► Réservez vite votre place sur www.campo-ouest.com/pratiquesoiree.htm

