



CHARTRE D'ADHESION

Au Groupement volontaire des « Hôtels au Naturel »

Préambule

Le Groupement "Hôtels au Naturel" regroupe des établissements hôteliers implantés dans un environnement d'exception qui contribuent, à travers leur activité, au développement d'un tourisme durable en harmonie avec leur implantation.

Etabli sur un site privilégié et particulièrement adapté au tourisme durable, un "Hôtels au Naturel" assure à la clientèle un hébergement lui permettant d'accéder aux patrimoines de son environnement dans des conditions d'accueil, de calme et de confort garanties.

L'établissement se distingue également par ses pratiques éco-responsables simples, visant à réduire les impacts de son activité sur l'environnement (économies d'énergies, recours à des énergies renouvelables, éco-construction, réduction et valorisation des déchets, etc.).

Enfin, véritable ambassadeur de son environnement, l'hôtelier s'engage à guider son client dans l'organisation de son séjour, en l'informant sur les sites touristiques, les produits et les savoir-faire à découvrir sur ce territoire.

Le Groupement définit pleinement les objectifs et les valeurs véhiculées par ses membres à savoir : promouvoir un tourisme durable, permettant aux visiteurs de mieux connaître et de mieux comprendre les richesses patrimoniales et naturelles, tout en les préservant et en les valorisant.

Définition du Territoire d'Exception

De par l'historique de la marque Hôtels au Naturel, les territoires d'exception seront :

- Les Parcs naturels régionaux et leurs zones limitrophes
- Les Parcs nationaux et leurs zones limitrophes
- Tout territoire riche en patrimoine naturel, bâti et culturel, répondant entre autre à plusieurs critères suivants :
 - o Nature 'sauvage', riche en faune et flore
 - o Biodiversité respectée, protégée et valorisée
 - o Qualité de l'environnement architectural
 - o Paysages maintenus par une agriculture respectueuse

- Quartier urbain préservé dans son contexte patrimonial (secteur sauvegardé)
- L'activité économique s'intègre au milieu naturel ou urbain et le respecte
- Un minimum de pollution du type lumineuse, sonore, visuelle, olfactive
- A l'écart de grands axes, d'infrastructures industrielles, polluantes, de zone d'activité économique non maîtrisée (zone commerciale, industrielle ...de périphérie de ville)
- Volonté des instances locales (commune, communauté de communes, pays, conseil départemental...) de préserver et valoriser les patrimoines de l'environnement d'implantation
- Volonté d'accueillir un tourisme raisonnable, respectueux, plutôt qu'un tourisme de masse

- Présence d'une offre touristique :
 - Hébergements de qualité
 - Restauration respectueuse et innovante
 - Points information (Offices de tourisme, points accueil...)
 - Commerces de proximité, producteurs démarche bio et autres
 - Vie de village (marchés, animations culturelles...)
 - Chemins de randonnée naturelle ou urbaine (pédestre, équestre ou cyclable) et topoguides correspondants
 - Sites patrimoniaux ou culturels ouverts au public (châteaux, grottes, carrières, abbayes, musées...)
 - Activités accompagnées (canoë, escalade, randonnées équestre ou cyclistes, parapente, visites archéologiques, promenades historiques...)
 - Accueil à la ferme
 - Stages en liaison avec des productions alentours et autres

Article 1 – Services concernés

L'objet du Groupement « Hôtels au Naturel » consiste à offrir à une clientèle de tous âges, en quête de séjours naturels et de découverte, des prestations d'hébergements, de restauration et d'accompagnement leur permettant d'accéder au patrimoine des territoires dans des conditions privilégiées d'accueil, de calme et de confort.

L'hôtelier-restaurateur propose aux visiteurs et aux clients de son environnement une restauration traditionnelle ou moderne et inventive, de qualité, à base de produits locaux et de saison, dans un cadre offrant un accès direct à la nature ou situé dans un village, un quartier urbain typique de la région.

Il est soucieux du respect de l'environnement et minimise quotidiennement les impacts de son activité sur celui-ci. Il informe ses clients et les fait participer à sa démarche environnementale.

Il propose des services spécifiques pour faire découvrir les richesses patrimoniales (patrimoines naturels et culturels, produits, savoir-faire) de son territoire.

L'hôtelier partage la philosophie et les valeurs de développement durable promues par le Groupement et en assure la diffusion auprès de ses partenaires et de ses clients.

Article 2 – Les valeurs « Hôtels au Naturel »

Le Groupement promeut les valeurs de développement durable, ainsi les prestations d'hébergement, de restauration et d'accueil proposées par les établissements « Hôtels au Naturel » traduisent ces valeurs, à savoir :

- **Territoire – Economie** (contribution au développement du territoire et participation à la construction de son identité)
- **Environnement préservé et valorisé** (contribution aux enjeux de gestion de l'espace, de préservation et de valorisation de l'environnement, intégration paysagère et urbaine)
- **Social - Dimension humaine** (contribution au développement d'une activité à échelle humaine parfaitement maîtrisée par l'homme et contribuant à des enjeux sociaux fondamentaux tels que la solidarité) - Formation, respect et intégration des **ressources humaines**.

Dans cette optique, l'établissement marqué « Hôtels au Naturel » s'engage, dans le cadre d'une démarche de progrès, à mettre en place (ou améliorer) un mode de gestion conforme à ces valeurs, respectant les critères d'évaluation définis par la marque.

Article 3 – Pré-requis : aspects réglementaires

Les établissements marqués « Hôtels au Naturel » sont situés dans des environnements d'exception tels que définis en préambule.

Les hôtels sont des établissements classés 2* (ou équivalent) au minimum.

Le prestataire doit produire au territoire concerné et au Groupement toutes pièces permettant de justifier sa capacité à exercer son activité et fournir un extrait d'immatriculation au registre du Commerce et des Sociétés.

Par ailleurs, il s'engage à respecter le plus possible, sous réserve de contraintes techniques qui devront être justifiées, les réglementations suivantes relatives :

- à la construction et à l'urbanisme (cf. Code de l'urbanisme) ;
- à l'accessibilité des établissements pour les personnes à mobilité réduite (cf. Code de la construction et de l'habitation issus des lois du 13/01/1991 et du 26/01/1994 : articles R111-19 à R111-19-11) ;
- à la sécurité incendie dans les établissements de 5^{ème} catégorie recevant du public (arrêté du 24/07/2006 portant approbation de diverses dispositions complétant et modifiant le règlement de sécurité contre les risques d'incendie et de panique dans les établissements recevant du public (petits hôtels), complété par l'arrêté du 26 octobre 2011) ;
- à l'hygiène alimentaire (arrêté du 09/05/1995 règlement d'hygiène des aliments remis directement au consommateur modifié par l'arrêté du 19 octobre 2001) ;

- au respect de l'environnement et de la tranquillité publique ;
- aux débits de boisson (Code de la santé publique : livre III Lutte contre l'alcoolisme, article L3311 et suivants) ;
- à l'affichage des prestations et des prix (cf. Code de la consommation et arrêté du 03/12/1987 relatif à l'information du consommateur sur les prix, modifié par l'arrêté du 29/06/1990 relatif à l'affichage des prix dans les établissements servant des repas, denrées ou boissons à consommer sur place) ;
- au respect des dispositions relatives à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes (loi du 29/12/1979 modifiée par le décret du 24/10/1996 et le décret du 30/01/2012).
- et toutes autres nouvelles réglementations qui pourraient être mises en place

En outre, il s'engage à informer le Groupement de tous les contrôles qui pourront être menés par la Direction Départementale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes ou la Direction Départementale des Services Vétérinaires au sein de l'établissement et à se conformer aux exigences et aux recommandations qui pourraient être formulées lors de ces visites.

S'il est situé sur le territoire d'un Parc naturel régional, pour obtenir la marque « Hôtels au Naturel », l'hôtelier doit impérativement s'engager dans la procédure d'octroi de la marque « Valeurs Parc » et doit remplir toutes les conditions requises pour ce marquage. De même s'il est situé sur le territoire d'un Parc national, pour obtenir la marque « Hôtels au Naturel », l'hôtelier doit impérativement s'engager dans la procédure d'octroi de la marque « Esprit Parc National » et doit remplir toutes les conditions requises pour ce marquage. La visite de marquage peut se faire conjointement par la personne désignée par le groupement des « Hôtels au Naturel » et un représentant du Parc naturel régional ou Parc national concerné.

L'utilisation de la marque « Hôtels au Naturel » est subordonnée à l'adhésion de l'hôtelier au Groupement du même nom. (*Annexe : Statuts du groupement*)

Enfin, pour adhérer à ce Groupement et obtenir l'usage de la marque « Hôtels au Naturel » l'hôtelier intéressé doit respecter toutes les étapes du processus d'adhésion.

Article 4 – Engagements du Groupement « Hôtels au Naturel »

Outre son droit d'accorder l'utilisation de sa marque « Hôtels au Naturel », le Groupement est aux côtés des adhérents chaque fois que cela est possible pour les aider dans leur démarche d'intégration aux valeurs associées au groupement, selon les modalités et les moyens suivants :

4.1 – Accueil sur le lieu de production

Le Groupement met à disposition de l'adhérent une plaque d'identification « Hôtels au Naturel » que l'adhérent est tenu d'apposer à l'extérieur de son établissement et de façon visible.

Le Groupement élabore la charte graphique de la marque « Hôtels au Naturel ».

4.2 – Documents de promotion

Pour aider l'adhérent à informer le public sur le Groupement, celui-ci a à sa disposition tous les documents nécessaires.

Le Groupement s'engage à mettre à disposition des adhérents un lot de supports papier (magazine, plaquettes, flyers...) pour chacun d'entre eux et à coordonner le travail d'élaboration des plaquettes de promotion des établissements adhérents, en prenant en charge leur conception et leur impression.

Le Groupement s'engage à assurer la promotion de chaque établissement adhérent chaque fois que cela sera matériellement possible, dans ses publications, sur son site Internet, réseaux sociaux et par tout autre moyen de communication.

4.3 – Relations entre le prestataire et le Groupement

Chaque établissement adhérent désigne un référent qui assure une liaison permanente et efficace avec le Groupement.

4.4 – Mise en place de moyens d'échanges

Le Groupement met en place des moyens de communication afin de développer les échanges entre les hôteliers (mise en place d'un forum de discussion, organisation de journées de rencontres, etc.).

4.5 – Conseil en environnement

Le Groupement s'engage à conseiller l'adhérent pour mettre en place une démarche de qualité environnementale (gestion de l'eau, de l'énergie, des déchets, du bruit, de l'air, des produits dangereux, de la sécurité) dans son établissement.

4.6 – Conseil et assistance

Le Groupement prend en charge et organise le contrôle des critères énumérés dans le référentiel des prestations « Hôtels au Naturel » et communique ultérieurement les résultats à l'établissement concerné. Dans le cas d'un établissement situé sur un Parc naturel régional ou Parc national, ces résultats leur seront également transmis.

Il informe l'adhérent sur les aspects réglementaires figurant à l'article 3 de la Charte d'adhésion.

Il s'engage à tenir confidentielles toutes les données fournies par les établissements adhérents.

Article 5 – Engagements de l'adhérent

L'adhésion au Groupement étant subordonnée à l'appartenance à un environnement d'exception, l'hôtelier s'engage à promouvoir l'image de son environnement et à faciliter sa découverte à la clientèle (informations, matériels pédagogiques, etc.).

Il s'engage à étudier avec les instances locales (CCI, ADT, CRT, OT, PNR, Parc national...), les améliorations possibles en termes d'aménagement, d'équipements et de prestations offertes.

Il s'engage à orienter les clients vers les prestations offertes à proximité (visites, manifestations, etc.).

Il s'engage à participer à des sessions de formation ou d'information organisées par les instances locales (CCI, ADT, CRT, OT, PNR, Parc national...), dans la mesure où son emploi du temps le permet.

L'adhérent s'engage à participer à l'Assemblée Générale annuelle des membres du groupement, qui se tient de préférence chez l'un d'entre eux à tour de rôle. Il accepte donc d'organiser cette réunion dans son établissement lorsque son tour est venu. Les frais de cette réunion reviennent à la charge du Groupement.

Pour contribuer à la vie du réseau et s'enrichir mutuellement, il s'engage à participer aux activités collectives (manifestations, formations, etc.) relatives au Groupement.

Il fournit toutes les données relatives à son établissement pour l'élaboration de documents de promotion et contribue à la promotion des autres établissements adhérents au Groupement.

Il privilégie l'utilisation de produits locaux et plus particulièrement ceux de producteurs « partenaires » du Territoire. Il doit connaître précisément les produits qu'il utilise (principe de transparence avec le consommateur).

Il diffuse la documentation touristique de son territoire et la documentation du Groupement des « Hôtels au Naturel ». En tant que relais de diffusion, il est capable de présenter son territoire et le Groupement « Hôtels au Naturel » si un client le lui demande.

Il s'engage à accepter le principe d'une visite de contrôle par un organisme ou une personne désignée par le Groupement. Cette visite a pour but de contrôler le respect de la présente charte.

Il accepte de fournir au Groupement et aux instances locales (CCI, ADT, CRT, OT, PNR, Parc national...), des données permettant de mesurer l'impact économique de son adhésion et de sa marque sur son activité. Il accepte également d'envoyer au Groupement et aux instances locales (CCI, ADT, CRT, OT, PNR, Parc national...), les questionnaires de satisfaction complétés par les clients, ainsi que les informations nécessaires à la mise à jour du guide national du Groupement (prix, prestations) et à communiquer immédiatement les nouveautés (équipements, prix, prestations) pour que le Groupement puisse les intégrer dans sa politique de communication.

Enfin, il s'engage à mettre en vente ses prestations dans un cadre qui ne dévalorise pas et ne porte pas atteinte à l'image du Territoire, du Groupement et des autres adhérents.

Article 6 – Communication sur les engagements envers le client

Les engagements pris par les hôteliers sont clairement présentés aux clients :

« Dans le cadre d'un accueil personnalisé, nous nous engageons à vous offrir les clés de la découverte de notre environnement. Nous vous ferons déguster nos produits du terroir, partager nos modes de vie et découvrir nos savoir-faire. Nous sommes fiers de la qualité de nos paysages, de notre village, de notre quartier et de la richesse de notre faune et de notre flore, de notre tissu social et historique. Vous comprendrez aisément l'intérêt que nous portons à préserver ce patrimoine environnemental et culturel et à le partager avec vous. »

Article 7 – Promotion de l'établissement marqué

Le logotype « Hôtels au Naturel » apparaît sur tout support de communication et de promotion de l'établissement marqué (panneaux de signalisation, dépliants, cartes de visite, papier à lettres, site Internet, Signature mail, réseaux sociaux, publicité) dans le respect de la charte graphique existante.

Le logotype sera décliné dans ses dimensions et positionnement en concertation avec le Groupement.

Le Groupement est associé, au titre du conseil et de la validation, à la réalisation des supports de promotion établis par l'hôtelier marqué.

L'hôtelier s'engage à respecter la législation en vigueur en matière de signalétique.

Article 8 – Agrément, audit, suivi et risques majeurs

Tous les documents existants sur l'établissement et nécessaires à l'audit devront être mis à la disposition du Groupement « Hôtels au Naturel ».

8.1 – Antériorité et Agrément

Avant de faire la demande d'attribution de la marque « Hôtels au Naturel », l'hôtelier aura exercé son activité pendant au moins une année ou une saison touristique. Pendant cette période probatoire et d'adaptation, le déroulement de l'activité sera observé ainsi que sa viabilité économique.

L'hôtel demandeur fait systématiquement l'objet d'une visite par un organisme ou une personne désigné par le Groupement et habilité à effectuer un audit de l'établissement sur la base de la grille d'audit de la présente charte. Cette visite portera notamment sur le respect des éléments constitutifs de la charte, de son référentiel et sur l'état initial de l'application des marges de progrès. Cette visite pourra être renouvelée ultérieurement, en particulier en cas d'éventuelles anomalies constatées par l'organisme chargé du contrôle. Ponctuellement et sur demande d'un partenaire institutionnel (CCI, ADT, CRT, OT, PNR, Parc national...) le Groupement pourra missionner un expert indépendant pour instruire le dossier de candidature d'un hôtel en complément du travail déjà effectué.

La décision définitive d'attribution de la marque « Hôtels au Naturel » appartient au Groupement.

8.2 – Audit et suivi

L'établissement marqué « Hôtels au Naturel » fait l'objet de contrôles permettant de suivre le respect des engagements de la présente charte et de son référentiel.

Le Groupement désigne la personne ou l'organisme chargé de la réalisation de ces contrôles.

Ces contrôles sont effectués selon un plan d'audit pré-établi et conçu à partir du référentiel de la présente charte.

Une copie de l'audit et des conclusions est remis au Groupement (et suivant le cas au PNR, Parc national). Les systèmes de contrôle et d'adhésion mis en place sont homogènes pour des prestations identiques. Le Groupement prend en charge le coût de ces contrôles.

Une visite pourra être effectuée à tout moment et de façon inopinée. Par ailleurs, un membre du Groupement peut effectuer des visites complémentaires de l'établissement.

Ces visites doivent permettre de mesurer l'évolution des prestations proposées par l'établissement marqué en fonction du calendrier établi lors de la visite d'agrément et de l'accompagner dans ses marges de progrès.

Le Groupement s'engage à se communiquer toutes informations relatives à l'hôtel engagé dans le marquage « Hôtels au Naturel ».

En cas de non-respect de la présente charte et de son référentiel, le Groupement et l'hôtelier rechercheront ensemble des solutions appropriées que l'adhérent s'engagera à mettre rapidement en place.

8.3 – Tenue des registres de contrôle

L'hôtelier bénéficiaire de la marque « Hôtels au Naturel » doit disposer, tenir à jour et mettre à disposition tous les documents jugés nécessaires à la réalisation des visites de contrôle.

Le Groupement et le Territoire doivent disposer des pièces suivantes et les tenir à jour :

- Copie de la convention d'utilisation de la marque « Hôtels au Naturel » signée entre le Groupement; et l'hôtelier ;
- Copie de la Charte d'adhésion au Groupement des « Hôtels au Naturel » signée entre l'hôtelier et le Président du Groupement;
- Registre des établissements et dossier technique justifiant l'agrément de l'activité ;
- Pièces administratives diverses : relations avec les adhérents, registre des réclamations, etc.

Le Groupement s'engage à garder confidentielles les données qui concernent directement l'établissement.

8.4 – Sanctions et retrait

L'hôtelier reconnaît au Groupement « Hôtels au Naturel » un droit inaliénable de protection de la marque et des intérêts des autres établissements qui l'utilisent.

Par conséquent, conformément au référentiel de la présente charte, les prestations proposées par l'hôtelier ne devront pas constituer un risque pour le Territoire et pour le Groupement.

Le Groupement « Hôtels au Naturel » se réserve le droit de prononcer la radiation d'un adhérent pour tous motifs de nature à nuire aux intérêts moraux ou matériels du groupement tels que :

- le non-respect des prix communiqués au groupement ;
- le non-paiement de la cotisation annuelle ;
- la multiplication des réclamations de la part de la clientèle ;
- la cessation de tout ou partie de l'activité de l'établissement ;
- la cession de tout ou partie de l'établissement à un tiers ;
- le changement de gestionnaire si le nouvel hôtelier ne s'engage pas à respecter la présente charte ;
- la non-participation deux années consécutives à l'Assemblée Générale du Groupement ;
- la fausse déclaration dans les informations fournies ;
- le refus de collaborer avec l'équipe des Parcs naturels régionaux, Parcs nationaux (cas d'un hôtel sur le territoire d'un PNR ou Parc national)
- le non-respect des engagements et de l'esprit de la charte.

En cas de non-respect des engagements figurant dans la présente charte, le Groupement donnera au moins un avertissement écrit à l'hôtelier pour le prévenir de sa radiation. Si le litige persiste, le Groupement se réserve la possibilité de retirer les droits d'utilisation de la marque « Hôtels au Naturel ».

Dès notification de sa radiation par le Groupement, l'hôtelier, sous peine de poursuites, a interdiction d'utiliser la marque « Hôtels au Naturel » sous quelque forme que ce soit. La radiation n'ouvre droit à aucun dommage, intérêt ou indemnité. En cas de radiation, l'ensemble des matériels et documents fournis à l'hôtelier par le Groupement sera restitué à leur propriétaire.

Article 9 – Conditions techniques et financières d’octroi de la marque

Une convention d’utilisation des marques est signée entre l’hôtelier, et le Groupement. Elle constitue le document d’engagement des partenaires pour l’obtention de la marque « Hôtels au Naturel » au titre des prestations de restauration, d’hébergement et d’accueil de « l’Hôtels au Naturel ». Elle est précisée par la Charte d’adhésion. La convention d’utilisation est signée pour une durée de cinq ans et peut être renouvelée si les conditions d’octroi et d’adhésion au Groupement des « Hôtels au Naturel » sont toujours respectées.

Les conditions d’octroi des marques et d’adhésion au Groupement se traduisent par une contribution financière fixée par le Groupement chaque année et s’achevant en tout état de cause au moment du renouvellement de la convention d’utilisation.

La cotisation annuelle se décompose comme suit :

- Cotisation de base fonction du nombre d’étoiles (indépendamment du nombre de chambres)
 - o 2 étoiles 250 Euros
 - o 3 étoiles 350 Euros
 - o 4 étoiles 500 Euros
 - o 5 étoiles 600 Euros

- Cotisation de base fonction du nombre de chambres (indépendamment du nombre d’étoiles)
 - o De 6 à 15 chambres 250 Euros
 - o De 16 à 30 chambres 350 Euros
 - o A partir de 31 chambres 500 Euros

- Cotisation par chambre
 - o Pour les 2 étoiles 15 Euros par chambre
 - o Pour les 3 étoiles 20 Euros par chambre
 - o Pour les 4 étoiles 25 Euros par chambre
 - o Pour les 5 étoiles 30 Euros par chambre

L’attribution de la marque « Hôtels au Naturel » est soumise au respect de l’ensemble de la présente Charte par les bénéficiaires.

Article 10 – Durée de validité de la charte

La Charte d’adhésion au Groupement « Hôtels au Naturel » est un document permanent mais modifiable en fonction des changements apportés à la réalisation et à la promotion des prestations d’hébergement et de restauration marquées. En cas de modifications de la réglementation en vigueur, la nouvelle législation remplacera automatiquement l’ancienne mentionnée dans la présente Charte.

Monsieur XXX déclare(nt) avoir pris connaissance de la présente Charte et de ses annexes et en accepter librement les termes.

Fait à :

le :

Le(s) Bénéficiaire(s) :

Le Président du Groupement
des Hôtels au Naturel