

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR
NÉGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT
ÉPREUVE E5 : RELATION CLIENT À DISTANCE ET DIGITALISATION

Première partie – Épreuve ponctuelle écrite

SUJET D'ENTRAÎNEMENT N° 6

Durée : 3 heures

Coefficient : 2

Matériel autorisé :

L'usage de la calculatrice avec mode examen actif est autorisé.

L'usage de la calculatrice sans mémoire, « type collègue », est autorisé.

Aucun document autorisé.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.

Le sujet comporte 11 pages, numérotées de 1/11 à 11/11.

Le sujet comprend 10 annexes numérotées de 1 à 10.

Sujet d'entraînement rédigé au format de l'épreuve E5 par espacecommercial.fr. Entreprise, personnes et données fictives.

Composition du sujet

CAMPING L'ARZELLE

Cette étude part de données qui ont été construites pour l'entraînement ; entreprise et personnes sont fictives.

Dossier 1 : Développer les réservations en direct

Ce dossier vise à apprécier votre capacité à :

- Diagnostiquer l'activité de e-commerce à partir d'indicateurs de performance
- Maîtriser la relation omnicanale
- Développer l'e-traffic et les ventes en ligne
- Créer et entretenir la relation client à distance

Pour le dossier 1 : annexes n° 1 à n° 6

Dossier 2 : Piloter l'e-réputation et la satisfaction

Ce dossier vise à apprécier votre capacité à :

- Apprécier la satisfaction et la recommandation des clients
- Renforcer l'e-réputation
- Impulser, entretenir et réguler une dynamique e-relationnelle
- Respecter le cadre juridique de la relation client digitale

Pour le dossier 2 : annexes n° 7 à n° 10

Réflexion commerciale structurée

RECOMMANDATIONS IMPORTANTES

La candidate ou le candidat peut traiter chaque dossier de manière indépendante.

La candidate ou le candidat ne doit en aucun cas faire figurer ou apparaître son nom propre dans la copie.

Liste des annexes

N°	Titre	Page
1	Extrait d'un entretien avec Hélène GABORIT, présidente du camping	5
2	Réservations et coûts des canaux de réservation – saison 2026	5
3	Statistiques du site, du moteur de réservation et des liens sponsorisés – 2026	6
4	Repères sur la distribution en ligne dans l'hôtellerie de plein air	6
5	Projet d'offre « réservation directe » pour la saison 2027	7
6	E-mail d'avant-séjour : services additionnels, consignes et charte éditoriale	8
7	Les avis en ligne du camping en 2025 et 2026	9
8	Résultats de l'enquête de satisfaction après séjour – saison 2026	9
9	Avis publié sur la plateforme A, réponse du camping et décisions pour 2027	10
10	Pratiques du camping en matière d'avis et rappel de la réglementation	11

Camping L'Arzelle



Le CAMPING L'ARZELLE est un camping familial classé 4 étoiles, installé sur le littoral atlantique, en lisière de forêt, à 400 mètres d'une grande plage de sable accessible à pied par un chemin à travers la dune. Créé en 1986 par Bernard et Odile GABORIT, il est exploité depuis 2017 par une SAS familiale présidée par leur fille, Hélène GABORIT ; son frère, Mathieu GABORIT, en assure la direction technique.

Le camping compte 230 emplacements : 120 mobil-homes proposés à la location et 110 emplacements nus pour tentes, caravanes et camping-cars. Il dispose d'un espace aquatique chauffé, d'un club enfants, d'un bar-restaurant et d'une épicerie, et propose des animations en journée et en soirée. Ouvert d'avril à septembre, il emploie 14 salariés permanents et 35 saisonniers. La saison 2026 a représenté 3 800 réservations et un chiffre d'affaires de 2,34 millions d'euros HT. La clientèle, surtout familiale, vient des Pays de la Loire, d'Île-de-France et du Centre, mais aussi de Belgique, des Pays-Bas et d'Allemagne ; plus d'un tiers des séjours sont réservés par des clients déjà venus au camping.

Les clients réservent sur le site du camping, équipé d'un moteur de réservation en ligne, par téléphone ou à l'accueil, et sur deux plateformes de réservation en ligne qui prélèvent une commission sur chaque séjour. Ils publient leurs avis sur ces plateformes, sur la fiche d'établissement du camping dans un moteur de recherche et sur le site du camping. Le camping anime aussi une page sur un réseau social et envoie une lettre d'information à ses anciens clients.

En 2026, les commissions versées aux plateformes pèsent de plus en plus lourd et les notes des avis ont baissé sur toutes les plateformes d'avis. Titulaire du BTS NDRC, vous êtes chargé(e) de la relation client et du développement digital du camping. Dans ce contexte, Hélène GABORIT vous confie deux missions principales : développer les réservations en direct, puis piloter l'e-réputation et la satisfaction des clients.

Dossier 1 : Développer les réservations en direct

Partie 1 : Le coût des canaux de réservation

En 2026, une part importante des réservations du camping est passée par les deux plateformes de réservation en ligne. Hélène GABORIT souhaite connaître le coût réel de chacun de ses canaux de réservation avant de lancer, pour la saison 2027, une offre destinée à faire réserver en direct les anciens clients qui passent aujourd'hui par les plateformes.

Annexe 1 : Extrait d'un entretien avec Hélène GABORIT, présidente du camping – Annexe 2 : Réservations et coûts des canaux de réservation – saison 2026 – Annexe 3 : Statistiques du site, du moteur de réservation et des liens sponsorisés – 2026 – Annexe 4 : Repères sur la distribution en ligne dans l'hôtellerie de plein air – Annexe 5 : Projet d'offre « réservation directe » pour la saison 2027

Travail à faire

1.1 Analyser la répartition et le coût de chacun des canaux de réservation ainsi que les performances du site et des liens sponsorisés. Conclure.

1.2 Évaluer le gain annuel que procurerait l'offre « réservation directe » envisagée par la présidente. Conclure sur son intérêt.

Partie 2 : Les réservations directes et les ventes additionnelles

Au-delà de cette offre, la présidente veut développer durablement les réservations directes. Elle souhaite aussi mieux vendre les services additionnels, que les clients découvrent aujourd'hui à leur arrivée, dans la file d'attente de l'accueil.

Annexe 1 : Extrait d'un entretien avec Hélène GABORIT, présidente du camping – Annexe 2 : Réservations et coûts des canaux de réservation – saison 2026 – Annexe 3 : Statistiques du site, du moteur de réservation et des liens sponsorisés – 2026 – Annexe 4 : Repères sur la distribution en ligne dans l'hôtellerie de plein air – Annexe 6 : E-mail d'avant-séjour : services additionnels, consignes et charte éditoriale

Travail à faire

1.3 Proposer des actions digitales permettant d'augmenter la part des réservations directes, en les justifiant.

1.4 Rédiger l'e-mail envoyé sept jours avant leur arrivée aux clients ayant réservé en direct, en respectant les consignes et la charte éditoriale du camping.

Dossier 2 : Piloter l'e-réputation et la satisfaction

Partie 1 : Les avis en ligne et la satisfaction des clients

Les notes du camping ont baissé en 2026 sur toutes les plateformes d'avis. Hélène GABORIT vous demande un diagnostic de l'e-réputation du camping et de la satisfaction de ses clients, mesurée par l'enquête envoyée par e-mail après le séjour.

Annexe 7 : Les avis en ligne du camping en 2025 et 2026 – Annexe 8 : Résultats de l'enquête de satisfaction après séjour – saison 2026

Travail à faire

- 2.1 Analyser l'évolution de l'e-réputation du camping à partir des avis publiés sur les différents supports. Conclure.
- 2.2 Déterminer et analyser le Net Promoter Score (NPS) de l'enquête après séjour, notamment au regard des résultats par critère.

Partie 2 : La réponse aux avis et le cadre juridique

Un avis négatif publié en août sur la plateforme A a reçu une réponse rédigée par le directeur technique. Par ailleurs, l'assistante marketing a relevé les pratiques du camping en matière d'avis, que la présidente souhaite mettre en conformité avant la saison 2027.

Annexe 9 : Avis publié sur la plateforme A, réponse du camping et décisions pour 2027 – Annexe 10 : Pratiques du camping en matière d'avis et rappel de la réglementation

Travail à faire

- 2.3 Analyser la réponse publiée par le camping à l'avis de la plateforme A et rédiger une nouvelle proposition de réponse.
- 2.4 Rappeler les obligations légales liées à la collecte et à la publication des avis en ligne. Relever les pratiques du camping à corriger et proposer une mise en conformité.

Réflexion commerciale structurée

En s'inspirant du cas traité et en mobilisant vos connaissances, proposer, en une trentaine de lignes maximum, une réflexion commerciale structurée qui répondra à la question suivante :

En quoi les avis en ligne transforment-ils la relation entre une entreprise et ses clients ?

Annexe 1 : Extrait d'un entretien avec Hélène GABORIT, présidente du camping

Entretien réalisé le 8 octobre 2026 avec Hélène GABORIT, présidente de la SAS Camping L'Arzelle.

Quel bilan tirez-vous de la saison 2026 ?

Une bonne fréquentation : 3 800 réservations et des mobil-homes presque pleins en juillet et en août. Mais je regarde de près ce que nous coûtent nos canaux de réservation. Les deux plateformes nous apportent une clientèle étrangère et de nouveaux clients que nous aurions du mal à toucher seuls, c'est vrai. En revanche, la plateforme A est passée de 15 % à 18 % de commission en 2025 pour nous garder en bonne place dans ses résultats, et je paie aussi une commission pour des familles qui viennent chez nous depuis des années : beaucoup réservent sur la plateforme par habitude. Quand on tape le nom du camping dans un moteur de recherche, ce sont souvent les annonces des plateformes qui apparaissent avant notre site.

Et votre site ?

Il attire du monde, surtout depuis les smartphones, mais réserver depuis un téléphone reste laborieux : notre prestataire reconnaît que le moteur de réservation est mal adapté au mobile. Nous avons acheté des liens sponsorisés de janvier à juin, sans savoir si c'était rentable. Au téléphone, l'équipe d'accueil est débordée de janvier à mars, au moment où tout le monde réserve.

Que se passe-t-il entre la réservation et l'arrivée ?

Presque rien ! Les clients reçoivent un e-mail de rappel très sec, puis découvrent nos services à l'accueil, le samedi, au milieu de la file d'attente : location de vélos, linge, petit-déjeuner... Nous perdons des ventes et nous énervons tout le monde. Je veux un vrai e-mail d'avant-séjour, envoyé une semaine avant l'arrivée.

Et pour 2027 ?

Je voudrais faire revenir en direct nos fidèles qui passent par les plateformes, avec un code de remise. Mais avant de me lancer, je veux savoir ce que cela nous rapporterait vraiment.

Source interne

Annexe 2 : Réservations et coûts des canaux de réservation – saison 2026

Réservations enregistrées de janvier à septembre 2026 pour des séjours d'avril à septembre 2026. Les montants des séjours sont TTC, taxe de séjour exclue ; les commissions des plateformes sont calculées sur ces montants. Pour simplifier, on ne tiendra pas compte de la TVA : tous les calculs se font sur les montants TTC des séjours.

Canal de réservation	Réservations	dont anciens clients*	Montant des séjours (TTC)	Durée moyenne du séjour	Commission (en % du montant du séjour)
Site internet du camping (moteur de réservation)	1 520	520	798 000 €	6,2 nuits	aucune
Téléphone, e-mail et accueil	610	300	262 300 €	7,4 nuits	aucune
Plateforme A – grande plateforme internationale de réservation d'hébergements	1 140	380	524 400 €	4,8 nuits	18 %
Plateforme B – plateforme spécialisée dans les séjours en camping	530	210	301 040 €	6,9 nuits	14 %
Total	3 800	1 410	1 885 740 €	–	–

* Clients ayant déjà séjourné au moins une fois au camping avant 2026 (fichier du logiciel de réservation).

Coûts du site internet : abonnement au moteur de réservation de 4 800 € HT par an (forfait, nombre de réservations illimité) ; hébergement et maintenance du site : 150 € HT par mois ; liens sponsorisés sur un moteur de recherche : 1 600 € HT par mois, de janvier à juin (annexe 3).

Réservations par téléphone, par e-mail et à l'accueil : temps moyen de traitement d'une réservation : 20 minutes ; coût horaire chargé d'un agent d'accueil : 25,20 €.

Commission de la plateforme A : 15 % jusqu'en 2024, 18 % depuis 2025 (programme de « visibilité renforcée »).

Source : logiciel de réservation et comptabilité du camping

Annexe 3 : Statistiques du site, du moteur de réservation et des liens sponsorisés – 2026

Audience du site et réservations en ligne (du 1^{er} janvier au 30 septembre 2026)

Indicateurs	Smartphone	Ordinateur et tablette	Total
Sessions (visites)	66 500	28 500	95 000
Réservations finalisées sur le moteur de réservation	456	1 064	1 520
Pages vues par session	2,6	4,2	3,1

Campagne de liens sponsorisés (référencement payant) sur un moteur de recherche, de janvier à juin 2026. Mots-clés achetés : « camping 4 étoiles côte atlantique », « camping avec piscine côte atlantique », « location mobil-home bord de mer ». Le nom du camping n'est pas acheté.

Indicateurs de la campagne	Valeurs
Budget mensuel	1 600 € HT
Impressions (affichages des annonces)	384 000
Clics sur les annonces	7 680
Réservations réalisées sur le site après un clic	192
Montant des séjours correspondants (TTC)	104 640 €

Relevé du prestataire web sur smartphone : la réservation compte sept écrans ; la création d'un compte client est obligatoire avant de voir le prix total du séjour ; le plan interactif des emplacements s'affiche mal ; l'acompte de 30 % se règle uniquement par carte bancaire.

Source : outil de mesure d'audience du site, compte publicitaire du camping et rapport du prestataire web

Annexe 4 : Repères sur la distribution en ligne dans l'hôtellerie de plein air

Hôtellerie de plein air : les campings veulent reprendre la main sur leurs réservations

Les plateformes de réservation en ligne apportent aux campings une visibilité internationale, mais à un prix élevé : leurs commissions représentent de 12 % à 20 % du montant des séjours, et le taux grimpe lorsque le camping veut être mieux classé dans les résultats. Dans les campings 4 et 5 étoiles du littoral atlantique, les réservations directes (site et téléphone) représentent en moyenne **65 % des réservations**.

Le smartphone est devenu le premier écran de préparation des vacances : il génère 72 % des visites des sites de campings, mais les vacanciers y réservent encore peu. Le **taux de conversion moyen des sites de campings est de 2,0 %** (1,4 % sur smartphone, 3,5 % sur ordinateur). Six vacanciers sur dix comparent les prix sur une plateforme puis sur le site du camping : ils réservent en direct si le prix y est au moins aussi bas, si la réservation est simple sur mobile et s'ils y trouvent un avantage exclusif.

Les clients fidèles sont les plus faciles à convaincre : 70 % de ceux qui reviennent dans un camping réservent en direct lorsqu'on leur en donne l'occasion par un e-mail personnalisé ou une offre dédiée. Sur les moteurs de recherche, les annonces des hébergements touristiques obtiennent en moyenne un **taux de clic (CTR) de 3,2 %** pour un **coût par clic (CPC) de 0,95 €**.

Enfin, les campings qui envoient un e-mail d'avant-séjour réalisent en moyenne 6 % de leur chiffre d'affaires hébergement grâce aux services réservés avant l'arrivée (linge, vélos, petit-déjeuner, arrivée anticipée), contre 2 % pour les autres.

Source : d'après une étude d'un cabinet de conseil en tourisme, juin 2026 (organisme fictif)

Annexe 5 : Projet d'offre « réservation directe » pour la saison 2027**Offre « Réservation directe » – projet pour la saison 2027**

- Envoi en janvier 2027, par e-mail, d'un code personnel donnant **5 % de remise** sur le montant du séjour à tous les anciens clients qui ont accepté de recevoir les offres du camping.
- Code valable uniquement pour une réservation sur le site du camping, quelle que soit la période du séjour.
- Coût de l'opération (conception des e-mails, page dédiée sur le site, paramétrage du code) : 1 800 € HT.
- Le moteur de réservation étant facturé au forfait, une réservation supplémentaire sur le site n'entraîne aucun coût supplémentaire.

Hypothèses retenues par la direction (sur la base de la saison 2026, montants moyens des séjours inchangés) :

- 60 % des anciens clients qui réservaient sur les plateformes réserveraient sur le site avec leur code ;
- les anciens clients qui réservaient déjà sur le site utiliseraient tous leur code ;
- les anciens clients qui réservaient par téléphone ou à l'accueil continueraient à le faire, sans utiliser leur code ; les autres réservations ne seraient pas modifiées.

Le nombre de réservations des anciens clients par canal figure en annexe 2.

Source interne

Annexe 6 : E-mail d'avant-séjour : services additionnels, consignes et charte éditoriale

E-mail envoyé actuellement trois jours avant l'arrivée

Objet : Rappel réservation n° 26-04512

Bonjour,

Nous vous rappelons que votre séjour débute le 18/07/2026. Arrivées de 16 h à 20 h. Une caution de 300 € vous sera demandée.

Cordialement,

La Direction

Services additionnels proposés (prix TTC)

Service	Prix
Kit linge de lit (draps et taies)	15 € par lit
Kit serviettes de toilette	8 € par personne
Location de vélo adulte	55 € la semaine (12 € la journée), siège enfant prêté
Panier petit-déjeuner livré au mobil-home ou à l'emplacement	9 € par personne et par jour
Arrivée anticipée dès 12 h, selon disponibilité	30 € par séjour
Ménage de fin de séjour (mobil-home)	75 € par séjour

En 2026, 11 % seulement des séjours réservés en direct comportaient un service réservé avant l'arrivée : ces services ont rapporté 21 206 € TTC. La plupart des services sont vendus à l'accueil, le samedi, pendant les arrivées.

Consignes de la présidente pour le nouvel e-mail d'avant-séjour

- Envoi automatique sept jours avant l'arrivée, aux clients ayant réservé en direct (site, téléphone ou accueil).
- Informations pratiques : arrivées de 16 h à 20 h ; enregistrement en ligne possible avant l'arrivée pour récupérer les clés sans attendre ; accueil joignable tous les jours de 9 h à 19 h.
- Offre : **10 % de remise sur les services additionnels réservés en ligne au moins trois jours avant l'arrivée.**
- Trame à respecter : objet (50 caractères maximum), pré-en-tête, corps du message, bouton d'appel à l'action, signature, pied de message.

Extrait de la charte éditoriale du camping

- Ton chaleureux, familial et ensoleillé ; vouvoiement ; phrases courtes.
- Mettre en avant l'esprit « vacances en famille » et la plage à 400 mètres.
- Aucun anglicisme : écrire « enregistrement » et non « check-in », « arrivée anticipée » et non « early check-in ».
- Pas d'emoji dans l'objet ; pas de mot entier en majuscules.
- Signature : « L'équipe du Camping L'Arzelle ».

Source interne

Annexe 7 : Les avis en ligne du camping en 2025 et 2026

Avis publiés pendant la saison (relevés au 30 septembre de chaque année).

Support d'avis	Note moyenne 2025	Note moyenne 2026	Avis publiés en 2025	Avis publiés en 2026	dont avis négatifs* 2026	Réponses du camping en 2026	dont réponses à des avis négatifs	Délai moyen de réponse 2026
Plateforme A (note sur 10)	8,4	7,8	296	342	61	92	18	9 jours
Plateforme B (note sur 5)	4,5	4,2	104	126	23	25	4	12 jours
Fiche d'établissement du moteur de recherche (note sur 5)	4,3	3,9	214	288	58	72	16	6 jours
Module d'avis du site du camping (note sur 5)	4,9	4,9	40	47	0	0	0	–

* Avis négatif : note inférieure ou égale à 6 sur 10, ou à 3 sur 5. Note moyenne : moyenne des notes des avis publiés pendant la saison de l'année.

Thèmes des 142 avis négatifs de 2026 (plateformes A et B, fiche d'établissement)

Thème principal de l'avis	Nombre d'avis
Propreté des sanitaires et attente aux sanitaires	44
Bruit des animations le soir	34
État de certains mobil-homes	28
Attente à l'accueil le jour de l'arrivée	21
Qualité du wifi	15
Total	142

Thèmes les plus cités dans les avis positifs : la plage accessible à pied, l'espace aquatique, le club enfants et la gentillesse de l'équipe d'animation.

Organisation actuelle : la présidente répond aux avis le soir, quand elle en a le temps, et son frère la remplace en son absence ; aucun outil ne regroupe les avis des différents supports.

Repères : note moyenne des campings 4 étoiles du littoral atlantique sur la fiche d'établissement du moteur de recherche : 4,4 sur 5. Les spécialistes de l'e-réputation recommandent de répondre à tous les avis négatifs dans un délai de 48 heures.

Source : relevé de l'assistante marketing à partir des espaces professionnels des plateformes

Annexe 8 : Résultats de l'enquête de satisfaction après séjour – saison 2026

Enquête envoyée par e-mail deux jours après le départ aux 3 100 clients dont le camping possède l'adresse e-mail ; 1 240 réponses. Question posée : « Sur une échelle de 0 à 10, quelle est la probabilité que vous recommandiez le Camping L'Arzelle à un ami ou à un proche ? »

Note	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
Nombre de réponses	12	8	10	14	22	46	68	180	262	318	300	1 240

0 : pas du tout probable ; 10 : très probable.

NPS de l'enquête 2025 : + 46. NPS moyen des campings 4 étoiles (baromètre du secteur) : + 42.

Satisfaction par critère (part des clients « satisfaits » ou « très satisfaits »)

Critère	2025	2026
Situation et accès à la plage	97 %	96 %
Espace aquatique	93 %	92 %
Club enfants et animations de journée	91 %	90 %
Accueil et réception	89 %	81 %
Propreté des sanitaires	78 %	64 %
Confort et état des mobil-homes	80 %	72 %
Calme le soir	77 %	69 %
Rapport qualité-prix	82 %	76 %

Source : outil d'enquête du camping

Annexe 9 : Avis publié sur la plateforme A, réponse du camping et décisions pour 2027**Plateforme A – avis publié le 3 août 2026 – note : 4 sur 10**

Aurélié – famille avec jeunes enfants – séjour du 25 juillet au 1^{er} août 2026 – mobil-home « Confort » 3 chambres

« De belles vacances gâchées par l'organisation »

« Arrivés le samedi à 16 h, nous avons attendu 50 minutes à l'accueil pour récupérer les clés, en plein soleil, avec nos deux enfants de 3 et 6 ans. Le mobil-home était propre mais vieillissant : store de la terrasse cassé et un feu de la plaque de cuisson hors service, signalé le dimanche et réparé le jeudi. Les sanitaires les plus proches étaient sales dès la fin d'après-midi, et la musique de la soirée dansante, juste derrière notre allée, a duré jusqu'à minuit passé : impossible de coucher les petits. Dommage, car la plage à pied, l'espace aquatique et le club enfants sont top, et l'animatrice Léa est adorable. Pour 1 190 € la semaine, on attendait mieux d'un 4 étoiles. »

Réponse de l'établissement – publiée le 22 août 2026

« Bonjour. Nous ne reconnaissons pas notre camping dans ce récit. Tous nos mobil-homes sont contrôlés avant chaque arrivée et nos sanitaires sont nettoyés selon les normes. Les soirées dansantes font partie de l'esprit d'un camping 4 étoiles : les emplacements calmes se réservent à l'avance. Quant à l'attente, le samedi est un jour de grosses arrivées, nous ne pouvons pas faire de miracles. Cordialement. La Direction »

Au 30 septembre, cet avis apparaît en tête des avis du camping sur la plateforme A ; 84 voyageurs l'ont jugé utile.

Décisions prises pour la saison 2027 (réunion de direction du 6 octobre 2026)

- rénovation du bloc sanitaire B avant l'ouverture et nettoyage des sanitaires deux fois par jour en juillet et en août ;
- soirées dansantes arrêtées à 23 h et scène déplacée près du bar, à l'écart des mobil-homes ;
- enregistrement en ligne avant l'arrivée et second poste d'accueil le samedi ;
- intervention technique sous 24 heures pour toute panne signalée ;
- remplacement de 15 mobil-homes de plus de douze ans.

Source : plateforme A et compte rendu interne

Annexe 10 : Pratiques du camping en matière d'avis et rappel de la réglementation

Relevé des pratiques du camping (note de Chloé MARTINEAU, assistante marketing, septembre 2026)

1. Le module d'avis du site affiche la mention « Avis 100 % vérifiés », alors que tout internaute peut déposer un avis sans indiquer de numéro de réservation.
2. Seuls les avis notés 4 ou 5 étoiles sont publiés sur le site ; les autres restent « en attente », sans que leur auteur en soit informé.
3. Les avis du site n'indiquent ni leur date de publication ni la date du séjour ; ils sont classés de la meilleure note à la moins bonne.
4. En août, une affichette au bar promettait « un apéritif offert pour tout avis 5 étoiles publié sur la plateforme A ».
5. Pour faire remonter la note de la fiche d'établissement, deux saisonniers et un neveu de la présidente y ont publié des avis 5 étoiles en se présentant comme des vacanciers.
6. L'enquête après séjour est envoyée à tous les clients dont le camping possède l'adresse e-mail, sans qu'ils en aient été informés lors de la réservation ; les réponses (nom, adresse e-mail, numéro d'emplacement, commentaires) sont conservées sans limite de durée dans un tableur partagé par toute l'équipe, saisonniers compris.

Avis en ligne : les contrôles se multiplient

Les avis pèsent lourd dans le choix d'un hébergement, et l'administration y regarde de près. Tout professionnel qui collecte, modère ou publie des avis de consommateurs, y compris sur son propre site, doit délivrer une information loyale, claire et transparente sur leurs modalités de publication et de traitement : il précise si les avis font l'objet d'un contrôle et, si oui, ses principales caractéristiques ; il affiche la date de publication de chaque avis et celle de l'expérience de consommation ; il indique ses critères de classement des avis, parmi lesquels l'ordre chronologique, l'existence éventuelle d'une contrepartie offerte en échange d'un avis, le délai maximal de publication et de conservation des avis, ainsi que les motifs pour lesquels un avis peut être refusé (article L. 111-7-2 et articles D. 111-16 et suivants du Code de la consommation).

Lors de ses contrôles, l'administration relève encore la suppression d'avis négatifs, la publication plus rapide des avis positifs et de faux avis rédigés par les professionnels eux-mêmes. Publier ou faire publier de faux avis, modifier des avis pour promouvoir ses services, se présenter faussement comme un client ou affirmer que les avis sont vérifiés sans avoir pris les mesures nécessaires constituent des pratiques commerciales trompeuses, punies de deux ans d'emprisonnement et de 300 000 € d'amende, montant pouvant être porté à 10 % du chiffre d'affaires annuel moyen.

Source : d'après une revue professionnelle de l'hôtellerie de plein air, septembre 2026 (publication fictive)