



Estivotravel
Luxury Camping Holidays

Estivotravel assure son taux d'occupation avec le PMS flexible et la tarification dynamique de Maxxton

De 40 mobil-homes en 2019 à plus de 500 hébergements premium répartis sur 19 campings européens, Estivotravel a bâti l'une des marques de glamping à la croissance la plus rapide du continent. Avec un PMS flexible, le calcul de rentabilité et la tarification dynamique de Maxxton, l'exploitant pousse son taux d'occupation à près de 100 % en haute saison tout en intégrant de nouveaux sites en quelques heures.



Des calculs de seuil de rentabilité conçus sur mesure

Des durées minimales de séjour, des fenêtres de réservation et des règles d'écarts de séjours personnalisés permettent à Estivotravel de vendre les nuits comme leurs clients allemands et néerlandais réservent réellement, plutôt que comme un PMS générique l'impose.



Communication client multilingue automatisée

Le Notification Manager de Maxxton déclenche des e-mails transactionnels en six langues, libérant les équipes back-office des tâches répétitives et rendant chaque point de contact client soigné et professionnel.



Tarification dynamique en pilote automatique

Une tarification pilotée par l'IA et la réallocation intelligente ajustent disponibilités et tarifs en temps réel, aidant Estivotravel à pousser son taux d'occupation à près de 100 % en haute saison sans interminables tableaux de planification manuels.



Réservations directes passées de 60 % à 75 %

Un nouveau site web propulsé par Maxxton combiné à une gestion des canaux plus rigoureuse ont fait grimper les réservations directes d'environ 60 % à 75 %, réduisant la dépendance aux OTAs et protégeant les marges.



Nouveaux sites en ligne en une heure

Ajouter un nouveau camping ou un nouveau jeu de règles de tarification prend désormais environ une heure au lieu de plusieurs jours, ce qui soutient l'expansion rapide d'Estivotravel à travers l'Europe et lève l'intégration comme frein à la croissance.



Estivotravel est un exploitant de glamping qui possède des mobil-homes premium et des tentes safari installés sur des campings soigneusement sélectionnés à travers l'Europe.

Leurs clients sont majoritairement des familles allemandes et néerlandaises qui reviennent année après année pour la qualité, le confort et leur service personnalisé sur place.

Pays

Italie, Croatie, Autriche, Luxembourg, Pays-Bas, Espagne, Slovaquie

Taille

500 hébergements sur 19 sites en 2026

Mise en service Maxxton

avril 2025

Types d'hébergement

mobil-homes premium et tentes lodge premium

Intégrations clés

Booking.com, Glamping.nl



De trois emplacements italiens à une marque de glamping européenne

Né sur trois campings italiens

Estivotravel a démarré en 2019 avec seulement 40 mobil-homes répartis sur trois campings italiens. Le modèle était simple : posséder l'hébergement, louer l'emplacement au camping et partager les revenus de chaque nuit vendue. Le fondateur Marcel Janssen l'a construit autour d'un pari clair : que les familles allemandes et néerlandaises paieraient pour un vrai confort si chaque détail était soigné.

Une qualité et un confort qui font se sentir comme à la maison

Estivotravel investit massivement dans le produit : agencements généreux, matelas confortables, cuisines entièrement équipées, vérandas couvertes spacieuses et Wi-Fi privé. « Qualité et confort doivent ressembler à la maison : pas de chaises en plastique standard, mais des fauteuils inclinables hauts de gamme avec des coussins confortables », explique Marcel. Cette obsession du détail est ce qui fait revenir les familles année après année.

“Nous n'avons pas de service IT. Si vous perdez des jours en migration, vous perdez des ventes.”

Choisir un PMS adapté à la croissance

Pendant leur expansion au Luxembourg et aux Pays-Bas, à l'époque du Covid, leur ancien fournisseur a annoncé qu'il fermait ses portes. Estivotravel avait besoin d'un système capable de suivre le rythme. Après avoir évalué plusieurs fournisseurs, ils ont choisi Maxxton pour sa flexibilité et son évolutivité. « Avec Maxxton, nous fixons nos règles de rentabilité comme nous le souhaitons, pas comme le système l'impose », dit Marcel.



Les défis d'un exploitant glamping multi-pays

Une planification manuelle pour un taux d'occupation maximal

Au début des années 2020, Estivotravel atteignait un taux d'occupation proche de 100 % en haute saison, seules les annulations de dernière minute laissant parfois une journée libre. La planification derrière ce résultat était presque entièrement manuelle. L'équipe optimisait les plannings à la main, et les formules week-end et midweek proposées par leur précédent PMS étaient mal adaptées à une marque qui vend des séjours d'une semaine ou plus à des familles allemandes en route vers le sud.

- Des tableaux de planning construits à la main qui grignotaient le temps des équipes
- Des forfaits week-end et milieu de semaine rigides laissant des nuits orphelines invendues
- Aucun moyen de ne vendre que les nuits que les clients réservaient réellement

Un fournisseur qui ferme ses portes

Pendant la pandémie, Estivotravel a ouvert des sites au Luxembourg et aux Pays-Bas pour servir son marché principal allemand et néerlandais. Au même moment, son fournisseur de PMS a annoncé sa fermeture. Sans service IT et avec des réservations actives à protéger, l'équipe a dû faire face à une échéance de migration serrée et trouver un système capable d'absorber une croissance rapide sans la ralentir.

- Migration forcée sans équipe IT interne
- Plus d'un millier de réservations actives à risque pendant la bascule
- Deux nouveaux pays ouvrant en même temps

Déployez à grande échelle sans service IT

Estivotravel n'a pas de service IT, et pourtant l'entreprise a ajouté 112 nouveaux hébergements en une seule année et opère désormais dans sept pays. Intégrer de nouveaux campings, configurer des règles de tarification et former une équipe commerciale et back-office en forte croissance devait se faire à grande vitesse, avec un logiciel que toute l'équipe pouvait prendre en main sans des semaines de formation.

- Aucun spécialiste IT pour gérer la configuration
- 112 nouveaux hébergements ajoutés en une seule année
- Ventes, back-office et opérations devaient tous être intégrés rapidement

Comment le PMS de Maxxton soutient la croissance glamping multi-pays d'Estivotravel

Des seuils de rentabilité adaptés à la demande glamping

Les configurations de seuils de rentabilité Maxxton permettent à Estivotravel de définir les durées minimales de séjour, les fenêtres de réservation et les règles d'écarts entre les séjours selon les habitudes de voyage de ses clients, plutôt que selon ce qu'un PMS générique impose. Si Marcel a dix nuits disponibles en Toscane en juillet, il peut vendre exactement dix nuits, pas sept nuits avec trois restantes pour lesquelles personne ne fera la route depuis l'Allemagne. "La flexibilité était l'élément le plus important. Avec Maxxton, nous pouvons fixer nos règles de rentabilité comme nous le voulons, pas comme le système l'impose", explique-t-il.

Tarification dynamique et réallocation intelligente

La réallocation intelligente et la tarification dynamique pilotée par l'IA gardent disponibilités et tarifs en phase avec la demande, pour que les hébergements ne restent pas vides, même en dehors des semaines de pointe. Marcel pilote le moteur aux côtés de son propre jugement plutôt qu'en pilote automatique complet, testant des scénarios face aux propositions tarifaires du système. "Je le vois comme un sport : tirer le maximum de notre capacité. J'aime tester différents écrans, regarder les propositions tarifaires, puis ajuster selon ma propre vision. Cela nous maintient affûtés."



Réallocation et réservation préférentielle

Environ 25 % des réservations d'Estivotravel viennent de familles fidèles, et la plupart veulent un emplacement spécifique. La réservation préférentielle de Maxxton laisse les clients choisir leur emplacement favori, tandis que le moteur de réallocation maintient discrètement le plan global optimisé. La combinaison protège la fidélité sans sacrifier le taux d'occupation, un équilibre que Marcel qualifie de « critique » pour une marque construite sur les clients récurrents.



Onboarding de sites rapide et évolutivité

Ajouter un nouveau camping ou un jeu de règles de rentabilité prend désormais environ une heure, alors que la même tâche prenait des jours avec le PMS précédent. C'est cette efficacité qui a permis à Estivotravel d'ajouter 112 nouveaux hébergements en une seule année et de se développer au Luxembourg, aux Pays-Bas et au-delà. Sans cela, une croissance à ce rythme aurait nécessité des effectifs que l'entreprise n'a pas, en particulier en IT, où Estivotravel opère toujours sans équipe dédiée.



Notification Manager pour une communication client multilingue

Le Notification Manager de Maxxton automatise la communication client transactionnelle dans six langues avec des déclencheurs simples. Pour une marque qui sert des clients germanophones, néerlandophones et désormais polonophones, cette automatisation supprime une énorme quantité de travail back-office. « Cela nous fait gagner énormément de travail manuel », dit Marcel. « Définir des déclencheurs et envoyer automatiquement des e-mails transactionnels en six langues nous rend plus professionnels et libère du temps pour l'équipe. »

Résultats : taux d'occupation plus élevé et croissance plus rapide

Points clés à retenir

- Les réservations directes sont passées d'environ 60 % à 75 % sur le nouveau parcours de réservation propulsé par Maxxton
- Les nouveaux campings et hébergements sont lancés en quelques heures plutôt qu'en quelques jours
- Plus de 500 hébergements premium sont en service sur 19 campings européens, avec d'autres croissances prévues

Nouveaux sites en ligne en quelques heures

Les nouveaux campings et hébergements peuvent être configurés en quelques heures plutôt qu'en quelques jours, avec les règles de rentabilité, les règles tarifaires et l'inventaire réunis dans un seul PMS. Cette efficacité a permis à Estivotravel de passer de trois campings italiens en 2019 à plus de 500 hébergements de luxe sur 19 campings européens, dont des expansions au Luxembourg, aux Pays-Bas et un nouveau marché polonais.

Taux d'occupation près de 100 % en haute saison

Les règles de rentabilité et la réallocation intelligente gardent les hébergements pleins, même en dehors des semaines de pointe. Estivotravel atteint près de 100% de taux d'occupation en haute saison, seules les annulations de dernière minute laissent quelques créneaux vides. « Le taux d'occupation est tout pour nous. Avec Maxxton, nous pouvons garder nos campings pleins, passer à l'échelle plus vite et offrir à nos clients le service qu'ils attendent », dit Marcel.

Réservations directes qui grimpent à 75 %

Un nouveau site web propulsé par Maxxton et une gestion des canaux plus serrée ont fait passer les réservations directes d'environ 60 % à 75 %, réduisant la dépendance aux canaux tiers et protégeant les marges. Les clients récurrents restent le pilier de l'activité, avec trois réservations sur quatre venant de familles fidèles qui choisissent leur emplacement préféré.



Communication client multilingue sans travail manuel

Le Notification Manager envoie des e-mails transactionnels en six langues sur des déclencheurs automatiques, pour que les clients reçoivent confirmations, rappels de paiement et informations pré-arrivée dans les temps, sans que les équipes aient à intervenir. L'équipe paraît plus professionnelle sur chaque marché, y compris auprès du nouveau public polonais servi par un site dédié et du personnel polonophone, et le temps back-office est réinvesti dans des tâches à plus forte valeur.

Une équipe qui a adopté Maxxton rapidement

Sans service IT, Estivotravel s'appuie sur la facilité d'utilisation et le support de Maxxton pour faire tourner ses opérations. Les équipes commerciales, back-office et opérations ont toutes pris le système en main rapidement, et l'entreprise construit désormais ses propres outils d'e-learning pour intégrer encore plus vite les nouvelles recrues et l'équipe commerciale. « C'est pour cela que la facilité d'utilisation est si importante. Cela leur facilite la vie », dit Marcel.



À propos de Marcel Janssen, directeur



Marcel Janssen, directeur

Marcel Janssen a fondé Estivotravel en 2019, après près de 20 ans dans l'industrie du voyage et de l'hôtellerie. Il a fait passer l'entreprise de 40 mobil-homes sur trois campings italiens à un exploitant européen de glamping comptant plus de 500 hébergements premium sur plus d'une quinzaine de campings, et ce n'est pas fini. Son leadership combine entrepreneuriat et une attention soutenue à la qualité, aux données et à l'expérience client. Il décrit la gestion du revenu comme un sport, est très impliqué dans les écrans et les scénarios tarifaires, et a personnellement piloté la migration vers Maxxton tout en construisant l'équipe et les outils nécessaires à la prochaine étape de croissance.



La croissance des groupes
d'accueil en plein air, simplifiée