



EuroResorts devient acteur majeur du camping grâce à un PMS pour parcs de vacances

Partenaire de Maxxton depuis 2023, EuroResorts a bâti un modèle technologique alliant réservation directe en ligne, distribution OTA et automatisation. Le résultat : une entreprise évolutive et orientée service, qui se distingue par la qualité et la valeur plutôt que par les prix.



Des campings premium, triés sur le volet

EuroResorts sélectionne uniquement des campings haut de gamme à travers l'Europe, garantissant à ses clients une expérience de vacances homogène et premium, à des tarifs compétitifs.



La valeur plutôt que la guerre des prix

Plutôt que de s'engager dans une course aux prix les plus bas, EuroResorts mise sur la qualité de service et une expérience supérieure, en proposant des équipements dignes d'un hôtel-resort à des prix de villa, notamment en basse saison.



Un fort taux de clients fidèles

Une solide base de clients fidèles soutient leur stratégie de réservation directe, appuyée par une technologie personnalisée qui reconnaît les clients récurrents et simplifie leur nouvelle réservation.



Une clientèle diversifiée et équilibrée

Après la pandémie, EuroResorts a stratégiquement élargi son périmètre au-delà des marchés britannique et irlandais grâce aux partenariats OTA, réduisant ainsi sa dépendance à un seul marché et comblant les creux entre les saisons.



Une technologie au service de l'humain

EuroResorts s'appuie sur l'automatisation, la tarification dynamique et des outils d'attribution intelligente, tout en préservant la dimension humaine, particulièrement lors de l'intégration de nouveaux campings, pour ne jamais négliger la qualité de l'adoption des solutions.



Avec des destinations triées sur le volet à travers l'Europe, EuroResorts est spécialisé dans les campings familiaux qui allient confort, aventure et culture. Implanté en Espagne, en Italie et en France, l'opérateur choisit des hébergements qui font que ses clients se sentent chez eux, où qu'ils voyagent.

Pays

Espagne, France, Italie, Portugal

Taille

14 campings

Type d'hébergement

camping, mobil-homes

Intégrations clés

Booking.com

Mise en service Maxxton

février 2023



D'un projet d'année sabbatique à un groupe de campings de premier plan

Des débuts modestes, une vision long terme

EuroResorts trouve ses racines dans l'année sabbatique universitaire de son CEO Rod Jones, lorsque quelques caravanes sur un camping du sud de la France sont devenues une petite entreprise familiale. Plutôt que de chercher le profit rapide, l'équipe a réinvesti chaque centime dans l'entreprise, assurant une croissance organique, sans s'endetter. Cette approche patiente et ancrée définit encore aujourd'hui le fonctionnement d'EuroResorts.

La qualité et le service comme conviction

Dès le départ, EuroResorts s'est positionné autour de la valeur et de la qualité plutôt que sur la concurrence par les prix. Rod Jones en est convaincu : ce n'est pas qu'une course aux plus abordables. Les services sont un véritable différenciateur, qui fidélise les clients année après année. Cette philosophie s'étend à la manière dont l'entreprise choisit et entretient ses relations avec les campings partenaires.

Rod décrit lui-même ce réseau comme “un peu une famille Maxxton”.

EuroResorts considère ses relations avec les campings, les partenaires technologiques et les clients comme des engagements à long terme. Son partenariat de plus de dix ans avec Maxxton reflète cette conviction : bâtir des systèmes et des alliances qui évoluent avec l'entreprise. Rod décrit lui-même ce réseau comme “un peu une famille Maxxton”.



Les défis d'un réseau camping à forte croissance à travers l'Europe

Croître sans sacrifier la qualité

À mesure que EuroResorts est passé d'une poignée de caravanes à plus d'une dizaine de campings dans quatre pays, maintenir une qualité d'offre et de service est devenu de plus en plus complexe. Gérer un volume important d'hébergements en mobil-home sur des marchés, des langues et des habitudes de réservation différents exigeait des systèmes back-office solides. Sans la bonne technologie, la croissance risquait de diluer précisément la qualité qui distingue l'opérateur.

- Inventaire d'hébergements important sur plusieurs pays
- Clientèle diverse aux habitudes de réservation et aux langues différentes
- Nécessité d'une qualité de service constante à grande échelle

Éviter la dépendance à un seul marché

Pendant des années, EuroResorts s'est fortement appuyé sur les clients britanniques et irlandais, ce qui l'exposait aux fluctuations d'un seul marché. La pandémie a accéléré le besoin de diversification, poussant l'entreprise à explorer de nouveaux segments et de nouvelles géographies. Atteindre les marchés français, allemand ou nordique sans compétences linguistiques locales ni infrastructure de centre d'appels représentait un défi opérationnel majeur.

- Forte dépendance au marché Royaume-Uni / Irlande
- Ressources internes limitées pour cibler de nouveaux marchés européens
- Nécessité de maintenir la force de la réservation directe tout en élargissant la présence OTA

Garder une technologie pérenne

Dans un paysage numérique en mutation rapide, EuroResorts avait besoin d'un système qui ne deviendrait pas obsolète en quelques années. Changer régulièrement de plateforme aurait été coûteux et perturbateur pour une entreprise bâtie sur une croissance rentable et réinvestie. Trouver un partenaire qui évolue avec la technologie, plutôt que d'exiger un remplacement complet du système, était essentiel.

- Risque de migrations de système coûteuses tous les quelques années
- Technologies de réservation et de distribution en évolution rapide
- Besoin d'automatisation sans perdre la dimension humaine du service

Le logiciel de gestion pour hôtellerie de plein air Maxxton accompagne EuroResorts



Un système de gestion immobilière unifié pour 14 campings

EuroResorts utilise la plateforme de gestion immobilière de Maxxton depuis 2013, offrant un système unique derrière chaque réservation. La plateforme gère la complexité de 14 campings répartis dans quatre pays, des réservations aux paiements en passant par les communications client automatisées. Rod apprécie que “Maxxton évolue à mesure que la technologie évolue”, ce qui évite de devoir changer de système tous les quelques années et offre à l’entreprise un socle stable pour sa croissance long terme.



Web Manager: un moteur de réservation pour camping personnalisé

Le site de réservation directe d’EuroResorts est propulsé par le Web Manager de Maxxton, conçu pour répondre à la clientèle britannique et irlandaise. Le site fournit des informations rapides et personnalisées — données détaillées sur les emplacements, FAQ adaptées aux clients britanniques et irlandais, et sélection garantie de l’emplacement — qui éliminent l’incertitude du parcours de réservation. Selon Rod, l’objectif est “un site à la pointe de la technologie, où l’on accède très vite à l’information, avec une forte personnalisation”.



Channel manager: distribution OTA

Pour diversifier au-delà de son marché historique, EuroResorts a exploité les outils de distribution de Maxxton pour se connecter aux OTA après la pandémie. Cela lui a permis d’atteindre les clients français, allemands et nordiques sans avoir besoin de compétences linguistiques internes ni de centres d’appels dédiés, ces partenaires OTA prenant en charge la couche service client. Le résultat : une clientèle équilibrée qui ne dépend plus à 90 % d’un seul marché.



Tarification dynamique et attribution intelligente

Sur les plus grands campings, EuroResorts s'appuie sur les fonctionnalités de tarification dynamique et d'attribution intelligente de Maxxton pour gérer efficacement un volume important d'hébergements. Ces outils génèrent des gains opérationnels significatifs en plaçant les bons clients dans les bonnes unités, aux meilleurs prix. Sur les sites plus petits ou plus récents, l'équipe applique une supervision plus manuelle, combinant machine learning et jugement humain pendant la phase d'intégration.



Notification Manager: communications client automatisées à grande échelle

L'automatisation de Maxxton prend en charge les communications client tout au long du parcours de réservation, des rappels de solde aux informations pré-arrivée. Rod le souligne : ces communications sont "très importantes pour que le client les reçoive au bon moment, et tout aussi importantes pour l'entreprise du point de vue de la trésorerie". Cette automatisation permet à EuroResorts de maintenir des standards de service élevés à grande échelle, sans équipe service client proportionnellement plus large.



Résultats: une activité mobil-homes diversifiée et en croissance

Points clés à retenir

- Une clientèle diversifiée et équilibrée sur plusieurs marchés européens
- Un taux élevé de réservations récurrentes, porté par une fidélisation personnalisée et technologique
- Des opérations évolutives sur 14 campings sans compromis sur la qualité de service

Une croissance durable et sans dette

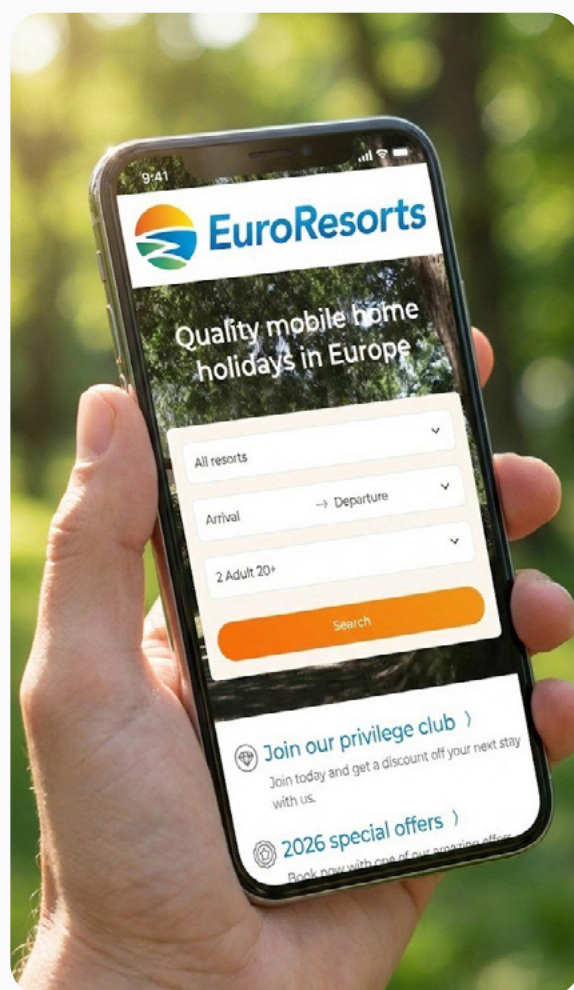
En 27 ans, EuroResorts est passé de quelques caravanes à 14 campings répartis dans quatre pays, entièrement grâce aux bénéfices réinvestis. La combinaison d'une croissance organique et du bon partenaire technologique lui a permis de monter en charge sans prendre de risque financier. Aujourd'hui, l'entreprise opère un modèle lean, résilient, qui continue de se développer à son propre rythme.

Une clientèle européenne réellement diversifiée

Après s'être longtemps appuyé sur les clients britanniques et irlandais, EuroResorts s'adresse désormais à un public véritablement international. En exploitant stratégiquement les OTA pour atteindre les marchés français, allemand et nordique, l'entreprise a réduit sa dépendance à un seul segment et créé un flux de revenus plus équilibré et résilient. Comme le note Rod : "ce n'est plus à 90 % le Royaume-Uni et l'Irlande".

Une réservation directe solide

Malgré la montée en puissance des OTA, le canal direct d'EuroResorts reste solide et compétitif, porté par un site rapide et personnalisé. Les clients récurrents bénéficient d'une connexion simplifiée à leur compte, d'un statut reconnu et d'offres ciblées, le tout délivré automatiquement par la plateforme. Cela maintient les coûts



d'acquisition bas tout en approfondissant la fidélité.

Une efficacité opérationnelle sur 14 campings

Avec la tarification dynamique et l'attribution intelligente déployées sur les plus grands campings, EuroResorts gère un volume important d'hébergements bien plus efficacement que ne le permettrait un traitement manuel. Les communications automatisées tiennent les clients informés à chaque étape, réduisant les demandes entrantes et améliorant la trésorerie grâce à des rappels de solde envoyés au bon moment. La technologie démultiplie ainsi la capacité de l'équipe sans augmentation des effectifs.

Un partenariat construit pour durer

La relation avec Maxxton va au-delà du logiciel : elle connecte EuroResorts à un réseau plus large d'exploitants qui partagent leurs bonnes pratiques. Des partenaires comme De Krim ont offert des conseils opérationnels directs, donnant à EuroResorts accès à un apprentissage entre pairs introuvable ailleurs. Pour Rod, cet écosystème est un véritable avantage



À propos de Rod Jones, fondateur & CEO



Rod Jones CEO d'EuroResorts

Rod Jones est le fondateur et CEO d'EuroResorts. En 27 ans, il a fait passer l'entreprise d'un projet familial né d'une année sabbatique à l'un des principaux tour-opérateurs en mobil-homes du Royaume-Uni. Connu pour son approche réinvestissement-first, sans dette, il dirige avec une vision long terme, mise sur la qualité de service plutôt que sur les prix, et choisit des partenaires qui évoluent avec l'entreprise. Sous sa direction, EuroResorts s'est développé jusqu'à 14 campings dans quatre pays, tout en conservant la culture proche de ses origines familiales.



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