Holiday Extras arriva in Italia: in agenzia entrano i pacchetti di servizi ancillary

Il viaggio non comincia quando si sale sull'aereo o sulla nave, comincia appena si lascia la propria casa. Ne sono convinti a Holiday Extras, gruppo specializzato nell'intermediazione di servizi complementari - principalmente hotel e parking nelle vicinanze di porti e aeroporti - nato nel 1983 in Inghilterra. Che sbarca in forze in Italia con una soluzione e una gamma di prodotti pensati ad hoc per le agenzie di viaggio. "La vacanza o la crociera inizia prima di imbarcarsi. Quindi, la possibilità per i viaggiatori di poter prenotare comodamente in agenzia di viaggi il **parcheggio in aeroporto o nel porto di partenza o di arrivo, così come una notte in albergo nei pressi dello scalo e relativo transfer** per non doversi svegliare all'alba è un plus importante" spiega **Elena Cavion**, Online Partnership Manager Italy. "Ci presentiamo al mercato delle agenzie di viaggio italiane con un pacchetto offerte che comprende 15 aeroporti e sei porti croceristici del Belpaese. Da pochi giorni, ci occupiamo anche dell'intermediazione di airpot lounge in 15 paesi e in 30 destinazioni internazionali". Poiché la vendita tramite la rete delle agenzie di viaggi è il canale prioritario della società, i vantaggi per gli agenti sono immediati: "Nel nostro sito c'è un'area riservata alle agenzie, ricca di numerose funzioni. L'intero sistema è molto semplice, consente di costruire soluzioni su misura, con il prezzo e le caratteristiche sempre chiare per il cliente finale, e un vantaggio immediato per l'agenzia" racconta **Nicolina Lange-Stalinski**, responsabile dello sviluppo delle partnersjhip in Europa per Holiday Extras. "Infatti, riconosciamo fin dalla prima prenotazione una commissione che parte dal 10%".
Con 7 milioni di clienti in Europa, parcheggi a basso costo in oltre 60 aeroporti europei e un fatturato di 271 milioni di euro, Holiday Extras scommette decisa sul mercato italiano. "Uno dei bacini più interessanti, insieme a Francia e Germania" precisa **Jerome Dandglidis**, Ceo Europa Continentale. "Con i nostri prodotti, gli agenti di viaggi possono fidelizzare ulteriormente i loro clienti. Ancora, si tratta di soluzioni perfette per il comparto **business**. Al momento, abbiamo stretto partnership principalmente con grandi network, come il gruppo **Uvet**. Ma parteciperemo a fiere di settore e organizzeremo workshop per far conoscere sempre di più il nostro prodotto, a cominciare dalla formula vincente Park-Sleep-Fly. E i prezzi sono assolutamente competitivi: ad esempio una notte in hotel accanto all'aeroporto, in una camera per 2 adulti e 2 bambini, otto giorni di parcheggio per l'auto e navetta hotel-terminal e viceversa costano da circa 100 euro. Un pacchetto completo, sicuro,

prenotabile in una volta sola e commissionabile".