

Mister Holiday, cresce l'interesse per la formula PTA

notizia pubblicata **06 Ottobre 2020** alle ore **12:05** nella categoria **Tour operator**



“Le agenzie Mister Holiday e in franchising in generale, come tutti, hanno subito le conseguenze del Covid-19. Tuttavia rileviamo, che le nostre agenzie hanno meglio resistito, sinora, rispetto alle agenzie tradizionali, potendo contare sulla nostra caratteristica di sistema a rete. Mister Holiday è una grande agenzia composta da tanti soci; head office e associati, si sono aiutati a vicenda con un apporto da parte della sede che, avendo sospeso i canoni mensili in fase di lockdown, è stato, in alcuni casi, risolutivo. E' interessante rilevare che la rete da parte sua si è ulteriormente rafforzata con la programmazione di gruppi ed itinerari locali che stanno riscontrando molto successo, sopperendo almeno in parte alla mancanza di altre prenotazioni”. Ad affermarlo Fabio Bignotti, direttore commerciale di Mister Holiday Group.

“L'andamento negativo, c'è stato ed è ancora molto forte, come tutto il comparto economico del settore ha avuto e sta avendo. L'interesse che stiamo registrando però con MRH Service conferma che il nostro sistema franchising light, permettendo di rendere variabili molti dei costi fissi dell'agenzia, possa e debba essere un modello di business ed un'opportunità per il rilancio delle agenzie di viaggi e che il mercato stia favorendo le agenzie con meno impegni quali la necessità di occuparsi della parte contabile e di tutti gli adempimenti burocratici legati ad assicurazioni e fondi di garanzia. È innegabile che ciò avverrà e sarà percepito appena superata la fase più acuta della crisi.”, dice Laura Sandrini, CEO di Mister Holiday Group

“Un'analisi incrociata sui bacini di utenza rivela inoltre come l'interesse di mantenere i punti vendita con la formula MRH Service sia in aree comprese tra 10 mila e 50 mila abitanti, quindi in città medio grandi e

capoluoghi di provincia, in sostanza la struttura urbanistica tipica del nostro paese, mentre nei centri abitati più piccoli o nelle grandi metropoli stiamo registrando una forte crescita di interesse in termini di PTA – Personal Travel Agent e Consulenti di viaggio, altro modello di affiliazione (PRO) che abbiamo sviluppato e perfezionato in questi 16 anni di esperienza sul campo. Semplicisticamente e drammaticamente ci spieghiamo tutto ciò con le numerose chiusure di agenzie che si stanno registrando nelle piccole località e nei centri urbani. Nelle piccole località questa scelta è probabilmente determinata dal ristretto bacino di domanda potenziale, mentre nelle grandi città è più semplicisticamente una questione quantitativa. È comunque un fatto che questa opportunità di impresa individuale, che richiede di cambiare completamente il proprio modo di lavorare, grazie ai nostri strumenti tecnologici e amministrativi permette di poter conservare e dare continuità di servizio al proprio pacchetto clienti in vista di tempi migliori”, conclude Fabio Bignotti.