

## VOLONLINE GROUP CHIUDE IL 2025 CON UN GIRO D'AFFARI DI €190MLN (+31% SUL 2024) E APRE IL 2026 CON UN GENNAIO A +45%

|                                                         |                                                        |                                                         |
|---------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| <b>€190M</b><br>Giro d'affari totale<br>Volonline Group | <b>+31%</b><br>Giro d'affari totale<br>Volonline Group | <b>+45%</b><br>Crescita gennaio 2026 vs gennaio<br>2025 |
|---------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|

Milano, 25 febbraio 2026 – È di **190 mln di euro** il giro d'affari complessivo di **Volonline Group** per l'anno 2025, pari a una crescita del **+31% rispetto al 2024**. Il Gruppo guidato da Luigi Deli guarda già al 2026 con performance particolarmente positive: il mese di gennaio ha, infatti, già registrato un incremento del +45%. Nel dettaglio per brand e segmento di prodotto, **l'Egitto** – in particolare le crociere sul Nilo e il Mar Rosso – ha contribuito in modo significativo al +57% di **Teorema Vacanze**, insieme agli escorted tour. Altro brand che ha registrato un forte incremento è **Volonlick**, con un +32%, grazie soprattutto alle vendite di pacchetti volo+hotel. **Reisenplatz** è cresciuto del +27%, con prenotazioni concentrate su Italia, Spagna, Giappone, USA, Marocco, Svezia, Egitto, Regno Unito e Thailandia. La biglietteria aerea ha registrato un +15%, sostenuta dai gruppi, mentre **MRH Group**, il network di agenzie, ha segnato un +20%, grazie anche all'ingresso di nuove agenzie di viaggi. Il segmento **tailor made** ha segnato un +18%, trainato soprattutto dai gruppi.

**Luigi Deli, Founder & CEO di Volonline Group** ha così commentato: «quella del gruppo è ancora una tipologia di viaggio che solo il tour operating strutturato è in grado di gestire, grazie alla capacità di aggregazione e alla gestione completa della logistica secondo un'economia di scala che consente di proporre un pacchetto



completo e con un costo finale competitivo. Nel nostro caso la maggior parte dei gruppi venduti nel 2025 sono stati di piccole dimensioni, massimo venti partecipanti e la crescita è senz'altro dovuta all'ampia disponibilità di soluzioni presenti nel sistema, che può contare su oltre 100 DMC partner e quasi 4.000 tour in tutto il mondo. Ci tengo a sottolineare che in generale tutte le nostre piattaforme sono aumentate del +48% nel 2025 rispetto al 2024».

Secondo **Luca Adami, Chief Strategy, Technology e Marketing Officer del Gruppo**, i driver della crescita 2025 sono riconducibili a diversi fattori chiave:

«Innanzitutto l'attività di tutto l'ufficio sviluppo e commerciale, motore di qualsiasi azienda, in secondo luogo c'è un nuovo asset strategico ed è

oggi rappresentato dall'alberghiero – tra singoli servizi e tour operation - che ha superato i 60 milioni di euro di fatturato (pari al 31,5% del giro d'affari complessivo) e sta progressivamente rendendo il gruppo sempre più competitivo. In terzo luogo, la progressiva digitalizzazione, che rende scalabili la rapidità di risposta e la gestione delle prenotazioni sotto data: l'agenzia di viaggi pretende oggi tempestività e spesso si confronta con un cliente che ha già effettuato un preventivo online a cui deve dare un riscontro pressoché immediato. Quarto elemento è la capacità di intercettare e soddisfare i bisogni del cliente: la nostra completezza e l'ampia copertura di prodotto e servizi turistici ci consente di proporre soluzioni perfettamente in linea con ogni



esigenza. Infine, il fattore chiave, che anche nell'era del AI agentica è il nostro team: giovane e motivato, affiancato da senior di grande esperienza e costantemente aggiornato grazie alla nostra Academy interna».

Per il 2026, il Gruppo registra una marcata tendenza verso l'advance booking, con numerose prenotazioni già confermate. In controtendenza rispetto ad altri mercati, Volonline segnala, inoltre, un andamento positivo delle prenotazioni verso gli Stati Uniti, non solo per i singoli servizi ma anche per soluzioni più strutturate.

## Risultati 2025 per brand e segmento

| BRAND/SEGMENTO      | CRESCITA<br>2025 VS 2024 | PRINCIPALI DRIVER DI CRESCITA                                             |
|---------------------|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| Teorema Vacanze     | +57%                     | Egitto (crociere sul Nilo e Mar Rosso), escorted tour                     |
| Volonlick           | +32%                     | Pacchetti volo + hotel                                                    |
| Reisenplatz         | +27%                     | Destinazioni leisure quali: Italia, Spagna, Stati Uniti, Marocco e altre. |
| MRH Group (network) | +20%                     | Nuove affiliazioni agenzie                                                |
| Tailor Made         | +18%                     | Gruppi fino a 20 partecipanti                                             |
| Biglietteria aerea  | +15%                     | Traffico gruppi                                                           |

## IMMAGINI E TABELLE: [QUI](#)

### Volonline Group

Volonline Group è uno dei player più dinamici del panorama turistico europeo, con un ecosistema di società specializzate che integrano tecnologia, competenze e capacità operativa a livello internazionale. Realtà integrata in tutte le aree della filiera del turismo B2B, è una "human traveltech" che si basa su un'organizzazione fluida ed efficiente composta da risorse umane altamente competenti e caratterizzata da una forte digitalizzazione dei processi. Oggi dispone di otto uffici tra sedi e filiali in Italia e all'estero. Tra i brand Volonline Group: **Volonline**, l'operatore specializzato in viaggi tailor made per agenzie di viaggio; **Teorema Vacanze**, T.O. dedicato ai pacchetti turistici di corto e medio raggio "pronti alla vendita" per agenzie di viaggi; **Volonlick** self-booking tool per agenzie di viaggi e online TO; **MRH Group**, network di oltre 100 agenzie di viaggi; **Reisenplatz**, banca letti; **eHotelXml**, broker alberghiero; **HuTechTravel**, dedicata al corporate e business travel. Completano il gruppo una business unit di *flight consolidation* e una realtà B2B2C, Horsevoyage by Volonline, dedicato agli amanti del turismo equestre.

Per info: [www.volonline.it](http://www.volonline.it)

### Ufficio Stampa Volonline Group

MOCOCÓ Montefusco Colla Comunicazione T 02 38265241 [info@mococopr.it](mailto:info@mococopr.it)

Paola Colla [paola@mococopr.it](mailto:paola@mococopr.it) M 338 5076595

Annachiara Montefusco [annachiara@mococopr.it](mailto:annachiara@mococopr.it) M 339 7218836