

Tecnologia e Fattore Umano: la formula vincente di Volonline Group

Transizione digitale del Gruppo al 98%: l'automazione fondamentale per sostenere le vendite di tutti i brand. Giugno e luglio registrano ottime performance rispetto al 2025.

Milano, 30 luglio 2026 – Digitalizzazione dei processi e competenza umana: è questo il binomio strategico che sta guidando la crescita di Volonline Group.

“A oggi la transizione digitale dei processi di distribuzione, commercializzazione e vendita ha raggiunto il 98% in tutte le divisioni del Gruppo, con la sola eccezione della business unit dedicata ai gruppi. Questo importante percorso di innovazione, che ha favorito una strategia di diversificazione e multicanalità, ha consentito a tutti i brand di Volonline Group di affrontare con efficacia i mesi segnati dall'instabilità internazionale, sostenendo prenotazioni e vendite. La tecnologia ha inoltre permesso di garantire risposte rapide alla rete agenziale e, di conseguenza, a un cliente finale sempre più orientato a ottenere conferme in tempi immediati, fattore determinante tenendo conto di una congiuntura ancora di incertezza che sta incrementando il last minute», dichiara Luigi Deli, CEO e Founder di Volonline Group.

“I risultati di questa strategia sono evidenti negli ultimi dati: i mesi di giugno e luglio hanno registrato una crescita superiore al 50% a livello di Gruppo. Rispetto allo stesso periodo del 2025, il brand tailor-made Volonline Tour Operator cresce del 37%, mentre Teorema Vacanze, specialista dei pacchetti di pronta vendita, segna un +28%. Ottime performance anche per Volonclick, la piattaforma di self booking online dedicata alle agenzie di viaggio, che registra un incremento del 55%. Crescita a tripla cifra, infine, per il broker alberghiero eHotelXML, a conferma della solidità dell'infrastruttura tecnologica e del valore strategico di questo asset per il Gruppo”, commenta Luca Adami, Chief Strategy e Technology Officer di Volonline Group.

Per Volonline Group, realtà che ha fatto della diversificazione del business e di un modello manageriale uno dei propri punti di forza, la digitalizzazione non rappresenta uno strumento per sostituire il capitale umano, ma per valorizzarlo e aumentarne l'efficacia, generando significative economie di scala.

“L'automazione dei processi ha infatti l'obiettivo di liberare le persone dalle attività più operative e ripetitive, consentendo loro di concentrarsi sulle attività a maggior valore aggiunto: dallo sviluppo del prodotto alla formazione, dalla progettazione e personalizzazione dei viaggi su misura fino all'assistenza e al problem solving, competenze che continuano a fare la differenza e che restano saldamente nelle mani dei professionisti. La tecnologia è il motore che ci permette di essere immediati sul mercato e di generare grandi economie di scala, ma il cuore di Volonline resta umano - conclude Luigi Deli, Founder & CEO di Volonline Group -. Se le nostre piattaforme assicurano la velocità che il mercato impone, sono le nostre persone a fare la differenza, arricchendo il prodotto e garantendo quel livello di personalizzazione e assistenza che nessun algoritmo potrà mai replicare”.

PER IMMAGINI: [CLICCARE QUI](#)

Per info: www.vonline.it

Ufficio Stampa Volonline Group MOCOCÓ Montefusco Colla Comunicazione T 02 38265241 info@mococopr.it
Paola Colla paola@mococopr.it M 338 5076595 - Annachiara Montefusco annachiara@mococopr.it M 339 7218836

