

Volonline Group lancia Expirium e porta le experience al centro del prodotto



Il nuovo brand del Gruppo riunisce attività, tickets, tour ed escursioni prenotabili in tempo reale e una selezione di esperienze tailor-made, con un’offerta pensata per il canale B2B.

Milano, 30 settembre 2026 – Dopo il consolidamento del prodotto aereo e alberghiero, Volonline Group amplia il proprio perimetro alle experience con il lancio di **Expirium**, nuovo brand dedicato a tour, attività, escursioni, attraction ed esperienze in destinazione.

Con Expirium, Volonline aggiunge quindi un nuovo tassello alla propria strategia di sviluppo del prodotto, puntando sulle esperienze in destinazione come leva di differenziazione, personalizzazione e creazione di valore per il canale B2B. In altre parole il progetto nasce con l’obiettivo preciso di digitalizzare ulteriormente le esperienze all’interno del gruppo, rendendole integrabili nella costruzione di itinerari e pacchetti in tutti i canali di vendita del gruppo.

Expirium propone un catalogo che riunisce migliaia (ad oggi +1.078 in expirium.it) di attività, escursioni e visite guidate selezionate e prenotabili in tempo reale, affiancate da un’offerta più specialistica di esperienze costruite su richiesta ad hoc da parte dei product manager del tailor made. Dalle attività standard con conferma immediata si passa quindi a proposte su misura, accessi privati, visite speciali e attività sviluppate attraverso il rapporto con operatori e fornitori locali.

La componente esperienziale in programmazione diretta diventa così integrabile nel Dynamic Packaging e nei processi di vendita B2B insieme a voli e hotel, consentendo alle agenzie di costruire proposte più articolate in conferma immediata senza dover gestire interlocutori e piattaforme differenti.

*“Con Expirium estendiamo alle experience una logica che Volonline ha già applicato al volo e all’hôtellerie: consolidare il prodotto, aumentare il controllo sulla filiera e renderlo più facilmente integrabile nella proposta B2B – dichiara **Luigi Deli**, CEO & Founder di Volonline Group –. Le esperienze hanno una caratteristica particolarmente importante: permettono di differenziare il viaggio*



al di là delle componenti più facilmente comparabili. Per questo vogliamo trasformarle da elemento aggiuntivo a parte integrante del prodotto”.

Un catalogo, diversi livelli di prodotto

Il modello Expirium combina disponibilità immediata e capacità di progettazione. Da una parte, un’offerta ampia e digitalizzata, pensata per rispondere rapidamente alla domanda; dall’altra, una rete di partner locali che consente di individuare e costruire esperienze più specifiche, anche in esclusiva o su richiesta.

“Il nostro obiettivo è evitare la sovrapposizione con le grandi piattaforme – spiega Luca Adami, General Brand Manager di Expirium –. La parte di prodotto immediatamente prenotabile ci permette di garantire ampiezza e velocità, mentre il lavoro con i fornitori locali ci consente di sviluppare esperienze uniche per i clienti di Volonline Group. È questa combinazione che vogliamo portare al canale professionale: fornire uno strumento che permetta di inserire l’esperienza nella costruzione del viaggio con la stessa semplicità con cui oggi vengono gestiti volo e hotel, ma con una maggiore possibilità di personalizzazione. La sfida è passare dalla vendita di singole attività alla costruzione di un prodotto esperienziale coerente con il viaggio e con la domanda del cliente finale”.



Il progetto si inserisce nella strategia di Volonline Group di consolidamento e controllo del prodotto; l’estensione alle activities consente di intervenire non solo sulla distribuzione, ma anche sulla selezione e sulla costruzione dell’offerta, con l’obiettivo di aumentare la differenziazione del prodotto e il valore della proposta per il canale agenziale.

Il team Expirium

Per lo sviluppo di Expirium sono entrati a far parte del team dell’ufficio prodotto coordinato da **Gianni Galli**, head of digital product, **Marco Milani**, proveniente da MTS e Hotelbeds, con competenze nei segmenti hotel ed experience e con una particolare focalizzazione sulle Americhe, e **Mario Presutti**, precedentemente in Destination Italia ed Emma Villas e con forte specializzazione nella costruzione di esperienze in loco, in particolare sull’Italia. L’arrivo di Mario Presutti assume una valenza strategica anche in vista dello sviluppo del prodotto incoming di Volonline Group: infatti, la domanda e i volumi sul mercato Italia sono in crescita esponenziale nei brand Volonclick, Reisenplatz ed eHotelXML

Expirium sarà presentato durante la prossima edizione di TTG Travel Experience di Rimini, insieme a tutti i brand di Volonline Group: Volonline - Il Mondo a tua misura, Volonclick, Teorema Vacanze, Reisenplatz, MRH Group, eHotelXML. Il gruppo sarà al Padiglione A5 stand 215-314.

PHOTO GALLERY: [IMMAGINI EXPIRIUM](#)

Per info: <https://expirium.it/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