

CTI, il mercato Italia dei viaggi d'affari è obbligato a internazionalizzare

Cisalpina Tours International al fianco dell'Osservatorio Business Travel 2026: la travel management company analizza i risultati, conferma la strategia sull'espansione internazionale e consulenza su travel risk management

Milano, 29 Gennaio 2026

In concomitanza con la presentazione dell'Osservatorio Business Travel 2026 (mercato Italia), Cisalpina Tours International (CTI) conferma il proprio ruolo di partner strategico per le aziende italiane, intervenendo con il proprio **Chief Commercial & Operations Officer, Giorgio Garcea**, in un panel di approfondimento dedicato all'andamento dei viaggi di lavoro nel Paese.

I dati dell'Osservatorio raccontano una fase di rallentamento per il business travel in Italia nel 2025, segnato da dazi, tensioni geopolitiche, differenziazione di strategie aziendali e politiche commerciali protezionistiche da parte dei governi, fenomeni che hanno spinto le aziende a privilegiare trasferte locali o in Paesi con minori criticità. In questo contesto, secondo gli analisti emerge un picco di viaggi verso gli Stati Uniti nel primo semestre 2025, probabilmente legato alla chiusura di contratti prima dell'introduzione di nuove tariffe doganali.

Crescita e strategia di CTI

In un mercato complesso, CTI registra risultati in controtendenza. Dal travel value (volume d'affari lordo) di 300 milioni di euro del 2015, la società ha raggiunto 640 milioni nel 2025 e opera già in 9 Paesi. Il trend positivo si traduce in +6,8% di volumi e +7,9% di transazioni, supportato dal 27% di clienti in più e *retention rate* del 98%. La composizione delle aziende clienti evidenzia una maggiore attenzione alla spesa pur mantenendo frequenza di trasferte: al vertice utilities (29%), trasporti e logistica (25%), servizi (16%), a conferma della capacità di CTI di gestire esigenze verticali e complesse. Secondo **Giorgio Garcea** «le aziende oggi viaggiano in maniera più consapevole: i top manager e i responsabili tecnici si spostano con maggiore frequenza, ma il *middle management* pianifica le trasferte con attenzione, ottimizzando i costi. La sfida per il 2026 è espandere ulteriormente la nostra presenza a livello internazionale. Inoltre, stiamo sviluppando servizi Premium e VIP Concierge per arricchire l'esperienza di viaggio e offrire soluzioni tailor made ai business traveller».

Nel 2026, CTI prevede di incrementare il travel value del 6%.

[continua]

Innovazione nel Travel Risk Management

Altro tema in evidenza, l'Osservatorio evidenzia criticità sul Duty of Care, con il 45% delle aziende che ne ha conoscenza parziale o nulla e solo il 45% delle aziende consapevoli che dispone di una travel policy conforme agli obblighi di legge. Garcea sottolinea: «Proteggere i dipendenti in viaggio non è solo un dovere morale o legale, ma un investimento nella continuità operativa e nella reputazione aziendale. Il nostro approccio proattivo intende preparare le imprese al rischio, offrendo soluzioni orientate alla mitigazione, andando oltre la gestione dell'emergenza. Dal periodo post-Covid, le trasferte verso destinazioni con fattori di rischio sono aumentate del 36%: consapevolezza e prevenzione diventano prioritarie per tutti».

CTI conferma così la propria missione di partner strategico, focalizzato sul servizio di qualità, sull'innovazione e sulla fidelizzazione dei clienti business, rispondendo alle nuove esigenze di un mercato in evoluzione e sempre più attento a efficienza, sicurezza e personalizzazione.

Contatti Stampa:

Paola Baldacci
Corporate Communication Manager
Ufficio Stampa Gruppo Bluvacanze
T. 02-881261 - mobile 335 7303450
paola.baldacci@bluvacanze.it
ufficiostampa@bluvacanze.it

Il Gruppo Bluvacanze

*Di proprietà di MSC Cruises, il Gruppo opera industrialmente nel settore turistico con tre diverse legal entities: **Bluvacanze** dedicata alla distribuzione turistica, **Going al Tour Operating** e **CTI – Cisalpina Tours International** al Business Travel ed al MICE (Meeting Incentive Congress Event).*

In particolare, Bluvacanze è di fatto la più grande agenzia di viaggi d'Italia con circa 300 punti vendita di proprietà, cui si aggiungono altre 600 agenzie indipendenti affiliate al suo polo distributivo Blunet.

*Il tour operator **Going** è specializzato nei viaggi personalizzati e su misura, con 40 destinazioni in programma, ma presenta 4 ulteriori divisioni operative, quali **GOING4You** che è una piattaforma digitale B2B per il dynamic packaging, **Going Resort** per le vacanze in strutture dedicate ed esclusive per il mercato italiano, **Going4Cruises** per le estensioni di soggiorno abbinata in pre/post alle crociere negli home port internazionali più importanti di MSC Cruises, **Going2Italy** per il nuovissimo programma incoming e la commercializzazione all'estero delle migliori esperienze turistiche in Italia a target luxury.*

Il Gruppo ha sede a Milano e possiede altre 4 branch a Torino, Roma, Padova e Napoli. È presente con uffici a New York, in Turchia, a Cipro, in Brasile, ad Amburgo, Madrid, Parigi, Londra e Ginevra.

CTI – Cisalpina Tours International

*È la TMC (travel management company) del gruppo, che organizza e gestisce i viaggi d'affari di 800 aziende clienti, sia nazionali che internazionali, per circa 2,2 milioni di transazioni all'anno. Oltre al business travel, Cisalpina è dedicata all'organizzazione e alla gestione di eventi aziendali, viaggi di incentivazione, programmi congressuali e possiede al suo interno un'agenzia di live communication che si chiama **Out of the Blu**. Parte della società anche **Cisalpina VAAM**, specializzata nei viaggi del Terzo Settore: voluntary, adoption, association, missionary.*

Con headquarter a Rosta (TO) conta oltre 600 dipendenti e 9 Business Travel Service Center. È presente con uffici a New York, in Turchia (Istanbul e Izmir), a Cipro (Limassol), in Brasile (Santos), ad Amburgo, Madrid, Parigi, Londra e Ginevra; prossimamente è prevista l'apertura nel Middle East e nel Far East.