

Cisalpina Tours International lancia CTI Welfare

Il welfare aziendale cresce e si integra con il travel management: TMC sempre più orientate verso servizi adiacenti e consulenziali. Si amplia la relazione con il viaggiatore corporate

Milano, 20 aprile 2026

Il welfare aziendale si consolida come leva strutturale nella gestione del capitale umano, superando il ruolo accessorio all'interno delle politiche HR. Secondo i più recenti dati di Istat e Ocse, in Italia oltre il 60% delle grandi imprese ha già adottato sistemi di welfare strutturato, mentre la diffusione si estende progressivamente anche alle PMI, sostenuta da incentivi fiscali e contrattazione collettiva.

Anche sul fronte delle imprese si registra un ampliamento della base: le PMI accelerano l'adozione di strumenti di welfare, con un incremento significativo sia nel numero di aziende coinvolte sia nel valore medio dei benefit erogati. Inoltre, emergono differenze generazionali: i lavoratori più giovani privilegiano soluzioni flessibili e immediate, mentre le fasce più senior si orientano verso sanità integrativa e previdenza.

In questo scenario si inserisce il lancio di **CTI Welfare**, il nuovo servizio di **Cisalpina Tours International**, sviluppato in collaborazione con **Jakala**, player europeo di riferimento nella performance data-driven e AI-powered.

L'iniziativa nasce da un'evoluzione della domanda corporate: le funzioni HR e Procurement convergono sempre più verso modelli integrati che includono servizi destinati direttamente ai dipendenti, andando oltre il perimetro tradizionale delle trasferte. Le direzioni HR sono orientate a rafforzare engagement e retention, mentre il Procurement mantiene il presidio su efficienza e governance della spesa, inclusa quella legata ai benefit.

CTI intercetta questo punto di convergenza ampliando il proprio raggio d'azione. Il modello operativo prevede lo sviluppo congiunto di una piattaforma digitale co-branded, attraverso la quale ogni dipendente può accedere con un profilo dedicato e utilizzare il proprio credito welfare per acquistare servizi e prodotti. L'offerta copre un ampio spettro e non solo viaggi: attività sportive, abbonamenti, eventi, servizi sanitari e iniziative legate al benessere. In questo ecosistema, CTI Welfare si configura come hub integrato con una specificità distintiva: l'esclusiva sul segmento Travel, grazie alla sinergia con il Gruppo Bluvacanze, parte del gruppo MSC, già attivo con il programma "Bluwelfare".

La componente viaggio entra così a pieno titolo nel paniere dei *flexible benefits*. Pacchetti, esperienze e servizi turistici – tra cui pacchetti all inclusive, trasporti ferroviari, autonoleggio, voli e resort/hotel – diventano accessibili tramite il credito welfare, in linea con una domanda crescente di soluzioni orientate al tempo libero e al work-life balance.

Dal punto di vista operativo, la partnership definisce ruoli complementari: Cisalpina Tours International presidia il core business travel adattandolo alla logica welfare, mentre Jakala opera come provider tecnologico e gestionale, ampliando la piattaforma con servizi non turistici.

L’iniziativa segnala un’evoluzione del ruolo delle travel management company, sempre più orientate verso servizi adiacenti e consulenziali. L’integrazione con il welfare aziendale apre una nuova direttrice di relazione con i clienti corporate, ridefinendo il perimetro del travel management.

«Con CTI Welfare diamo continuità a un percorso avviato in modo pionieristico già negli anni scorsi, evolvendo un’idea di servizio più ampia e integrata che affianca le aziende clienti nello sviluppo di politiche di welfare aziendale orientate al benessere, all’engagement e alla valorizzazione dell’esperienza dei dipendenti lungo tutto il loro percorso professionale – argomenta **Loretta Bartolucci, Global Commercial Director di Cisalpina Tours International** -. Per CTI significa valorizzare la cultura del *customer care* maturata nel business travel e svilupparla ulteriormente, facendo leva sulle competenze del Gruppo per offrire alle aziende una proposta sempre più articolata e personalizzata, capace di mettere a sistema business travel, eventi e viaggi leisure».

«Per anni il welfare aziendale è stato gestito come una voce passiva: budget allocato, utilizzo parziale e impatto difficilmente misurabile. L’approccio di Jakala prevede l’introduzione di una logica data-driven. Il nostro obiettivo è la costruzione di piattaforme in grado di leggere in modo continuo i comportamenti dei dipendenti: cosa viene utilizzato, quando, da quali cluster di popolazione e con quale frequenza. Il welfare diventa così un sistema dinamico: l’offerta viene ottimizzata, si introducono meccanismi di personalizzazione e si interviene in modo mirato per attivare le fasce meno ingaggiate. Quando questo passaggio è gestito in modo efficace, cambia anche la percezione del dipendente: il welfare smette di essere un benefit accessorio e diventa parte integrante della vita aziendale. Per le organizzazioni, questo si traduce in una maggiore efficacia degli investimenti, in una maggiore retention e nel miglioramento del clima interno», conclude **Giacomo Lorusso, Managing Director di Jakala**.

Contatti Stampa:

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

Marta Ferraro
Corporate Digital Communication
marta.ferraro@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.