

**L'ESTATE 2025 SPICCA IL VOLO
GRAZIE ALLA SPINTA DEL TOUR OPERATOR DI CARTORANGE**

*Con oltre 2.500 passeggeri movimentati e una crescita stagionale del 12%,
i viaggi organizzati internamente superano brillantemente il periodo d'incertezza del mercato
turistico, consolidando ancor più il fatturato prodotto dai Consulenti per Viaggiare®*

Milano, 8 ottobre 2025 - Le partenze estive hanno una **sfumatura di arancione in più**. Se la competenza e l'originalità dei Consulenti per Viaggiare® di CartOrange sono la pennellata che dà colore al viaggio dei sogni, a rifinire l'eccellenza dell'opera, e non di rado a ispirarla, è anche e soprattutto il **tocco del tour operator interno**: quest'ultimo ha infatti messo a segno un **+12% di crescita nei mesi di giugno, luglio ed agosto 2025**.

MODELLO OPERATIVO VINCENTE

*"È un risultato decisamente gratificante - riconosce **Claudio Asborno, responsabile Tour Operator CartOrange** - tenuto conto che, quest'anno, i lunghi ponti di aprile hanno condizionato in modo non trascurabile l'intero andamento stagionale. Grazie all'affermazione estiva, il nostro fatturato commerciale 2024/2025 realizza un **+26% di crescita complessiva**, frutto della movimentazione di oltre 2.500 passeggeri. Non si tratta, in ogni caso, di coincidenze favorevoli: è proprio il modello organizzativo di CartOrange a risultare vincente, riuscendo a equilibrare perfettamente la creatività dei propri consulenti con la puntuale efficacia del tour operator alle loro spalle, tant'è che per la nuova stagione 2025-26 puntiamo ad una crescita ancora in doppia cifra, nonostante la concomitanza di caro voli, tensioni geopolitiche e fenomeni di overtourism in alcune destinazioni".*

IL RITORNO DELL'ASIA

Grazie alla capacità di **scoprire anzitempo nuove tendenze e aree ancora poco conosciute o valorizzate**, il tour operator di CartOrange è riuscito a mantenere il **Giappone al vertice delle preferenze**, portando il suo incremento stagionale a un ulteriore **+29%**. Maggiori connessioni aeree e costo della vita più conveniente hanno però avuto un **effetto boom sull'intera area indocinese**, premiando tutti i Paesi che la compongono: in primis il **Vietnam**, ma anche **Cambogia e Laos**. L'effetto si è poi esteso alla vicina **Australia**, ma soprattutto alle emergenti **Filippine**, la cui proposta di viaggi a carattere esperienziale, con possibilità di personalizzazione e servizi di alta gamma, ha senza dubbio rafforzato l'**appeal di una destinazione non ancora valorizzata appieno** dai viaggiatori italiani. Analoga attenzione ha ricevuto quest'anno il **Madagascar**, spesso ai margini dell'offerta africana, ma capace di garantire **livelli di soddisfazioni altissimi** nelle frange italiane che stanno gradualmente familiarizzando con la sua offerta. **Protagonista indiscussa dell' Africa subsahariana** resta comunque la **Tanzania** in

abbinamento a Zanzibar, mentre in Sudamerica è il **Perù** a surclassare ogni altro Paese, grazie a uno **straordinario +45% di crescita**.

I PILASTRI: PARTNERSHIP E VIAGGI NOZZE

L'offerta del tour operator CartOrange, in ogni caso, resta solidamente ancorata a **due pilastri**: il segmento dei **viaggi di nozze**, che incide oggi per quasi il **40% del totale fatturato**, così come le **partnership strategiche**. Grazie alle condizioni esclusive sul mercato italiano riservate al Tour Operator CartOrange da **The Residence Maldives at Falhumaafushi**, le **Maldives** si confermano **meta evergreen** per il pubblico tricolore. Anche quest'anno, inoltre, l'arcipelago dell'Oceano Indiano è risultato al centro delle preferenze dell'**Osservatorio sui Viaggi di Nozze** presentato lo scorso giugno e nel quale è stato tracciato un identikit dell'honeymooner molto preciso e attento agli ultimi trend grazie ai quasi **1700 viaggi a tema** direttamente gestiti. Nel 2025 il **70% della categoria appare ormai rappresentato da esponenti della generazione Millennial**, propensi a vivere **esperienze uniche, trasformative**: impreziosite ancora da comfort e con **budget superiori ai 5mila euro**, ma pur sempre fuori da schemi consolidati.

TRE TENDENZE DECISIVE

Tre sono i principali trend che stanno consolidandosi trasversalmente alle diverse linee di prodotto e in funzione dei quali è necessario predisporre adattamenti: come contraltare a una vita sempre più digitale e isolante, il cliente di oggi cerca **aggregazione** ed è pronto a **condividere il proprio viaggio anche con sconosciuti**, prendendo via via le distanze dalla formula del tour esclusivo in voga sino a poco tempo fa; nella scelta la destinazione risulta poi determinante la **presenza di spot 'instagrammabili'**, perché la condivisione social è ormai scontata e portata a livelli di qualità sempre più alti, al punto da richiedere la presenza in tour di fotografi professionisti. Analogo discorso vale per la **qualità delle strutture**, sia in termini di spazi che di servizi e assistenza, essendo queste tenute a mantenere un **ottimo livello di accoglienza in ogni soggiorno previsto**.

TECNOLOGIA E INNOVAZIONE

CartOrange continua a **investire in tecnologia e innovazione**, mettendo a disposizione dei propri Consulenti per Viaggiare® una **piattaforma di booking** che consente loro di essere sempre più competitivi. A questo si affianca **LYSA, l'intelligenza artificiale sviluppata da CartOrange**, che supporta booking e consulenti nella creazione di itinerari personalizzati e nella gestione del cliente. Una vera innovazione, capace di unire la precisione e la velocità dell'intelligenza artificiale con la competenza tecnica e l'esperienza del Tour Operator di CartOrange.

*"In definitiva siamo molto soddisfatti per la crescita di fatturato conseguita - commenta **Claudio Asborn** - e soprattutto per la riconferma del nostro tour operator come punto di appoggio ideale in fase di consulenza, ma anche come riferimento diretto per esperienze uniche. I clienti, d'altra parte, anticipano sempre più le prenotazioni: questo ci permette di lavorare con maggior precisione, garantendo qualità e convenienza. Ora la sfida principale è rappresentata da una domanda altalenante in alcuni periodi, complice un contesto economico e geopolitico non semplice: potendo contare su una gestione operativa ben consolidata e dalla competitività delle nostre proposte grazie alle forti relazioni con i fornitori locali,*

SARA FERDEGHINI

+39 335 7488592

sara@ferdeghinicomunicazione.it

VERONICA CAPPENANI

+39 333 8896148

cappennani@ferdeghinicomunicazione.it

CAMILLA MADERNA

+39 348 4792390

maderna@ferdeghinicomunicazione.it

FERDEGHINI
COMUNICAZIONE

siamo però in grado di affrontare quest'incertezza attraverso il nostro peculiare approccio che riesce a fondere efficacemente creatività umana, innovazione tecnologica e solido posizionamento internazionale”.

Per informazioni: consulentediviaggio.it

CARTORANGE *Presente sul mercato dal 1998, la società milanese ha innovato il settore dei viaggi introducendo la figura professionale del **Consulente di Viaggio** e diventando pioniere nell'offrire un servizio che coniuga l'arte del viaggiare su misura con le avanzate tecnologie digitali. I suoi Consulenti per Viaggiare® sono veri e propri artisti del viaggio, capaci di trasformare qualsiasi esperienza in un momento indimenticabile, personalizzando ogni dettaglio in base alle esigenze dei clienti.*

SARA**FERDEGHINI**

+39 335 7488592

sara@ferdeghinicomunicazione.it

VERONICA**CAPPENNANI**

+39 333 8896148

cappennani@ferdeghinicomunicazione.it

CAMILLA**MADERNA**

+ 39 348 4792390

maderna@ferdeghinicomunicazione.it

FERDEGHINI
C O M U N I C A Z I O N E