



DESTINATION ITALIA (DIT)

Investor Deck

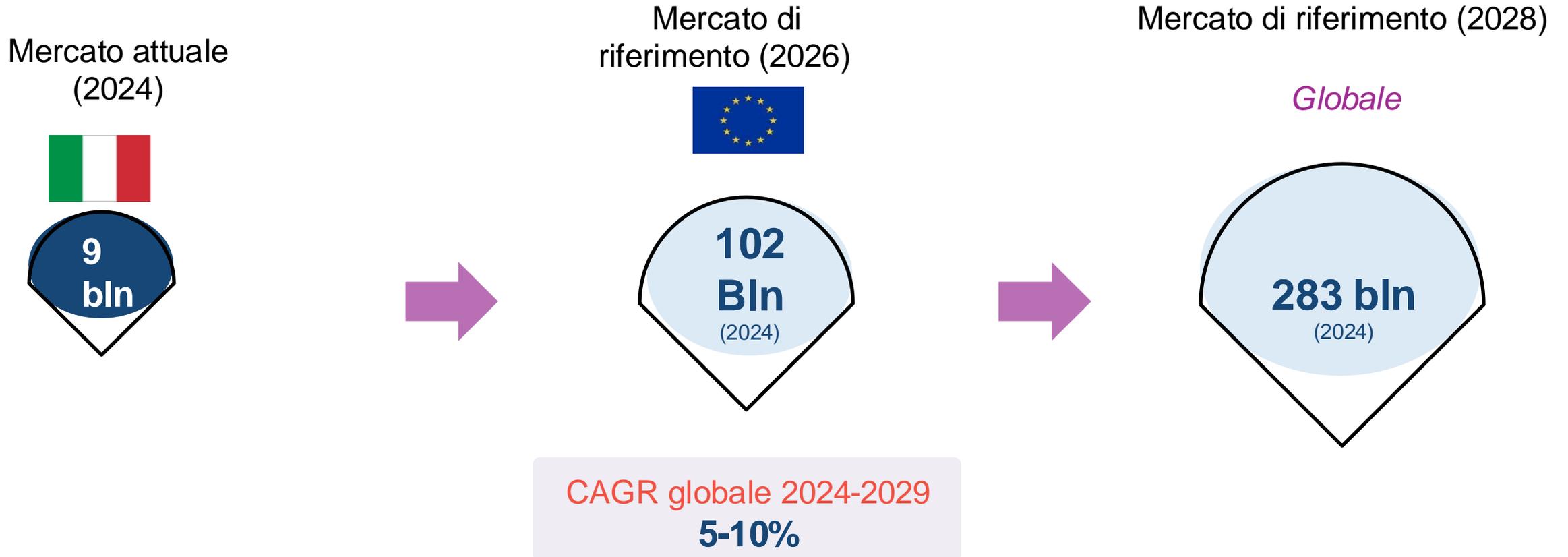
Novembre 2024

Mercato

Il valore del mercato dei pacchetti di viaggio è di 9 miliardi di dollari per la destinazione Italia (2024), ~100 miliardi di dollari per l'Europa e ~280 miliardi di dollari a livello globale, con una crescita annua del 5-10% a seconda dell'area geografica

Mercato dei pacchetti di viaggio

(comprende pacchetti vacanza - viaggio e alloggio venduti a un prezzo unico)



Posizionamento strategico

DIT si posiziona come la **First Glocal Travel Tech** con l'obiettivo di Globalizzare il prodotto Local attraverso un processo industrializzato sostenuto da una **tecnologica proprietaria (Hubcore AI)**

Posizionamento

La **prima Glocal Travel** che intende replicare il **modello Italia (POC)** nelle maggiori destinazioni al mondo.

Mission

Replicare il modello **destination driven** in una pluralità di destinazioni, scalando tecnologia e canali distributivi al fine di diventare l'alternativa alle grandi Travel Tech posizionate su un approccio **generalista** (di prodotto) e globalista (di mercato), mantenendo **un solido approccio ESG** di salvaguardia e valorizzazione dei territori.

Come

Rete di Local Expert

Professionisti sul posto che creano contenuti turistici autentici, unici e fruibili.

Tecnologia Proprietaria

DMS (Destination Management System) creato da professionisti del settore.

Global - Multichannel

Distribuzione Internazionale in tutti i canali **B2B, B2C e B2B2C.**



Posizionamento strategico

L'approccio **Destination Driven**, reso possibile da una rete di **Local Expert**, la Tecnologia proprietaria e la distribuzione in un mercato Globale rende DIT una **Glocal Travel Tech**, con un forte elemento di **differenziazione rispetto alle altre Travel Tech**

Paesaggio competitivo DIT



Glocal Travel Tech

Operatori che con l'utilizzo della Tecnologia e un approccio destination driven promuovono **pacchetti** con contenuti locali in un mercato Global.

Globalisti con rete di Local Expert

Operatori che utilizzano una rete di Operatori distribuiti in tutto il mondo, ma senza un approccio che parte dalla destinazione. Promuovono **pacchetti** derivanti da fornitori terzi distribuiti nei vari territori.

Global Travel Tech

Operatori che distribuiscono qualsiasi tipo di prodotto turistico in un mercato globale. Vendono **contenuti turistici stand alone** (Hotel, Volo, Experiences) a livello globale, con tecnologie all'avanguardia.

Operatori Mono Destination Trad.

Sono operatori specializzati nei singoli territori. Di solito operano a livello regionale, poche volte a livello nazionale. Si chiamano DMC (Destination Management Company)

Con quali punti di forza

Il presidio di DIT nel posizionamento GLOCAL è il risultato di una visione chiara e definita di presidio del mercato del travel sostenuta da assets, skills ed esperienze del Management Team.



Strategia Destination Driven

Strategia GLocal (dimensione globale e approccio locale) con esperti locali che creano/identificano esperienze di viaggio uniche in tutto il mondo.



Approccio multicanale

Consolidata **base di clienti** B2B di oltre 1200 operatori turistici (ad esempio Delta Vacations), lanciato il canale B2C, pronta a lanciare il canale B2B2C.



Tecnologia proprietaria

Software proprietario **HUBCORE.AI** con strumenti innovativi di intelligenza artificiale per supportare clienti e personale.



Multidestination VS Global

Grazie a **software** e **processi** altamente **efficienti** e al **DB clienti**, l'azienda può scalare lo stesso modello su altri countries.



Economie di scala nelle Operation

Le operazioni sono e saranno accentrate negli uffici in Italia, che attualmente gestisce un fatturato di oltre 55 milioni di Euro.



ESG

L'attenzione di DIT verso il tema **ESG** caratterizza la società rispetto ad altri competitor. Il **Bilancio di Sostenibilità**, **MEET FORUM sul Turismo Sostenibile***, il **progetto Local Expert** sono solo alcuni esempi di quanto l'azienda sia impegnata sul tema.

* Nel 2024 si è svolta a Pietrarsa la X Edizione del Meet Forum Nazionale sul Turismo sostenibile dedicata al Turismo delle Radici, alla presenza di tutti i Ministeri interessati (Turismo, Esteri, MIMIT, MEF, Ambiente, Sport), Presidenti di Regione/Assessori al Turismo e Operatori del Settore. A Marzo 2024 si è svolto il Meet Forum Marche ad Urbino, alla presenza del Presidente Acquaroli, numerosi Sindaci e gli Operatori Locali. Lo stesso modello è stato replicato a Giugno a Gorizia dove si è svolto il Meet Forum Friuli Venezia Giulia.



DIT ha creato un vero e proprio ecosistema del Travel, un modello di approccio che parte dal territorio e arriva fino ai mercati internazionali

Attività Local Expert

1 **Identifica, mappa e digitalizza gli elementi di un viaggio** (contenuti turistici)

2 **Carica i contenuti sul Software Hubcore**



Creazione del viaggio

3 **Esamina e seleziona gli elementi di Viaggio**

4 **Crea i Viaggi Smart**

Pacchetti di viaggio modulari che possono essere modificare dal cliente



Tutte le attività sono condotte nel nostro software



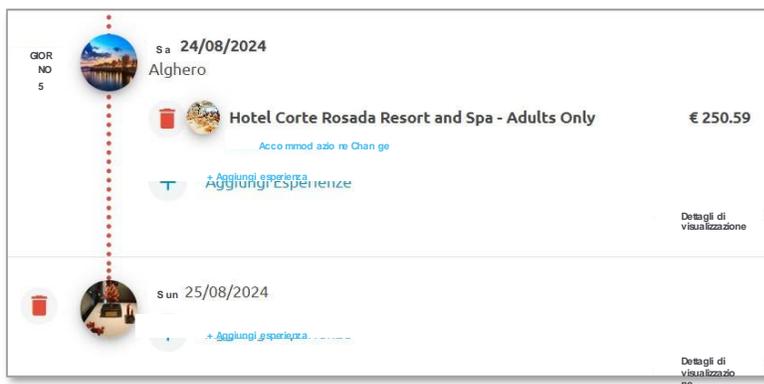
Selezione, personalizzazione e prenotazione dei pacchetti

5 **Il cliente finale seleziona un pacchetto in base a date, regione e interessi**



5 giorni alla scoperta delle tradizioni in Sardegna

6 **Personalizza il pacchetto di viaggio** (alloggio, esperienza, ecc.) sulla piattaforma visualizzando i contenuti degli esperti locali, e finalizza la prenotazione con pochi clic



Esempio di Online Personalizzazione:

- Aggiungere/rimuovere giorni
- Cambiare alloggio
- Aggiungere / modificare esperienze

(NB: I concorrenti, come Evaneos, forniscono questo servizio solo off-line).



Tecnologia 1/2

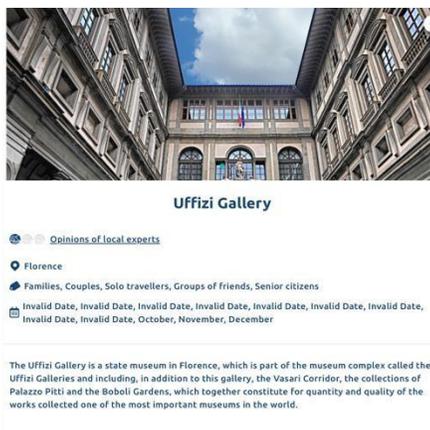
Per la gestione di tutti i processi, DIT ha sviluppato un software End 2 End per semplificare le complesse operazioni di aggregazione e gestione dei contenuti provenienti da varie destinazioni, la commercializzazione, la gestione post vendita e la contabilizzazione



Inventario digitale

Immagazzinamento contenuti

Foto, testi creati dai Local Expert.

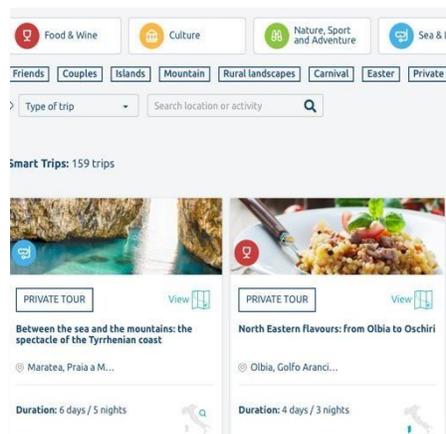


Archiviazione dei contenuti

Fabbrica di viaggi 4.0

Processo industrializzato per la creazione di pacchetti di viaggio

Il team del reparto prodotti possono creare pacchetti risparmiando fino al 90% del tempo

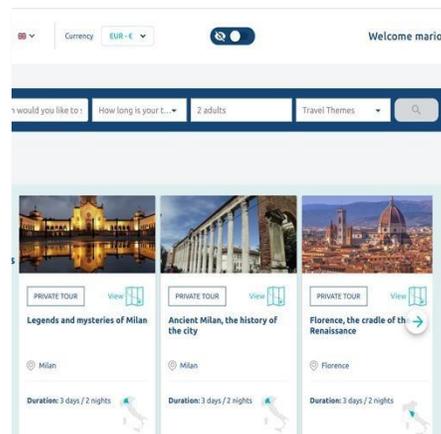


Creazione di pacchetti di viaggi

Distribuzione

Distribuzione multicanale di pacchetti di viaggio

I pacchetti sono disponibili nella sezione front-end delle nostre piattaforme B2B, B2C e B2B2C (white label).



Vendita in tutti i canali

Gestione delle prenotazioni E2E

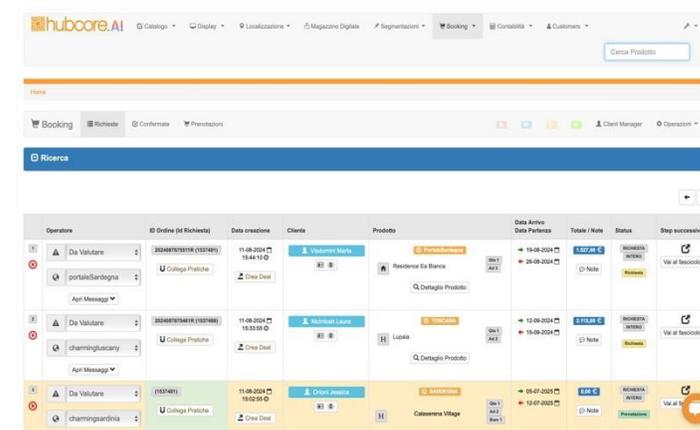
Gestione dei clienti

Dalla richiesta alla chiusura della prenotazione

Gestione dei fornitori

Chiusura automatica di tutte le prenotazioni

Tutti i sistemi di automazione del marketing e azioni di remarketing



Gestione



Tecnologia 2/2

Il software è dotato di strumenti di **intelligenza artificiale** che riducono significativamente lo sforzo per la creazione e la gestione di tutti i processi. L'output generato dai **tools di AI** sono ancor più resi unici dalla ricchezza del **ventennale data lake proprietario** e dai **contenuti provenienti dai local**

Usò interno

Assistente copywriter

Può caricare i contenuti associati a un'esperienza / accomodation **in 5 minuti** contro le **6 ore** normalmente impiegate con i software tradizionali.



+90% di efficienza operativa nel reparto approvvigionamenti

Cliente

Concierge virtuale

Un assistente di viaggio con chat intelligente che **supporta i clienti in tutto il processo di prenotazione, dall'ispirazione alla prenotazione** (esempio di input: vacanza enogastronomica in Toscana con un cane)



- **Aumento del 50% dell'efficienza operativa**, in quanto i clienti personalizzano i viaggi online senza assistenza offline, a meno che non sia richiesta.
- **Difficile da replicare** perché utilizza dati proprietari pluriennali provenienti da esperti locali

Avatar dell'esperto locale¹

Avatar che assomiglia all'Esperto Locale, imitando voce e modi di fare, **supporta i clienti nella condivisione di contenuti dal territorio per aumentare l'autenticità dell'esperienza di viaggio**



1. Prima uscita nel dicembre 2024



Experience Maker

Oltre all'attività di Experience Taker, Destination Italia ha sviluppato un modello di Experience Making di 5 filoni esperienziali declinate in tutti i territori. Il tutto per enfatizzare ulteriormente il modello Local Expert e aumentare la marginalità



Il vero gusto italiano da home restaurant tipico e di qualità



The golden age of a destination

Patrimoni unici e personaggi iconici con un racconto inedito

Vivere esperienze di comunità come uno del luogo

Strade di saperi, sapori e fede per vivere i territori

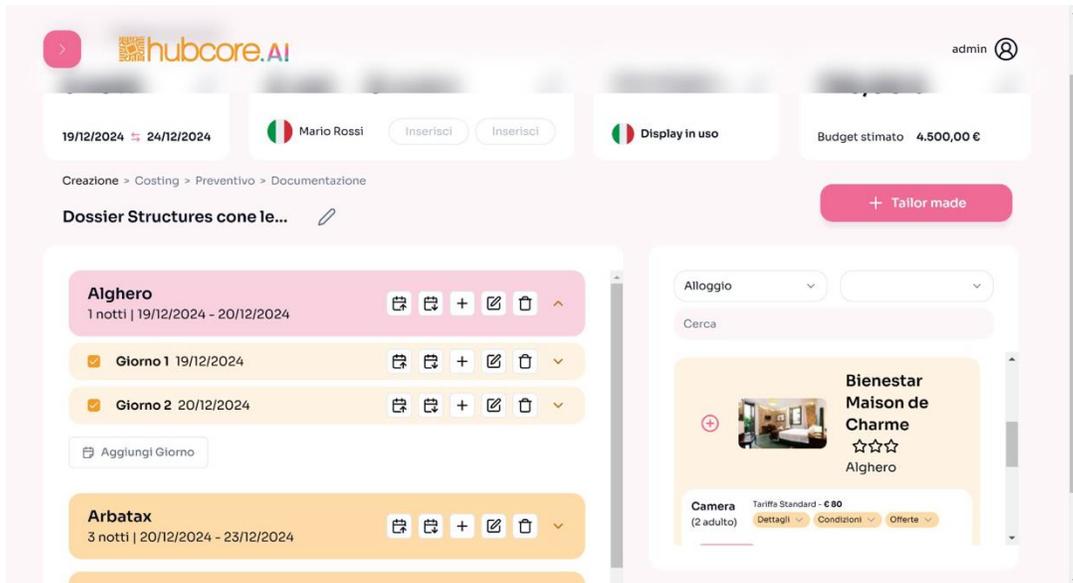


Piattaforme innovative per clienti B2B e B2C

Le modalità attraverso le quali DIT declina ai suoi clienti B2B e B2C sono state progettate alla luce di 24 anni di esperienza maturate nel settore. Esistono due piattaforme di «Packaging Generator 5.0» che oltre a efficientare i processi, garantiscono la declinazione del posizionamento strategico GLOCAL

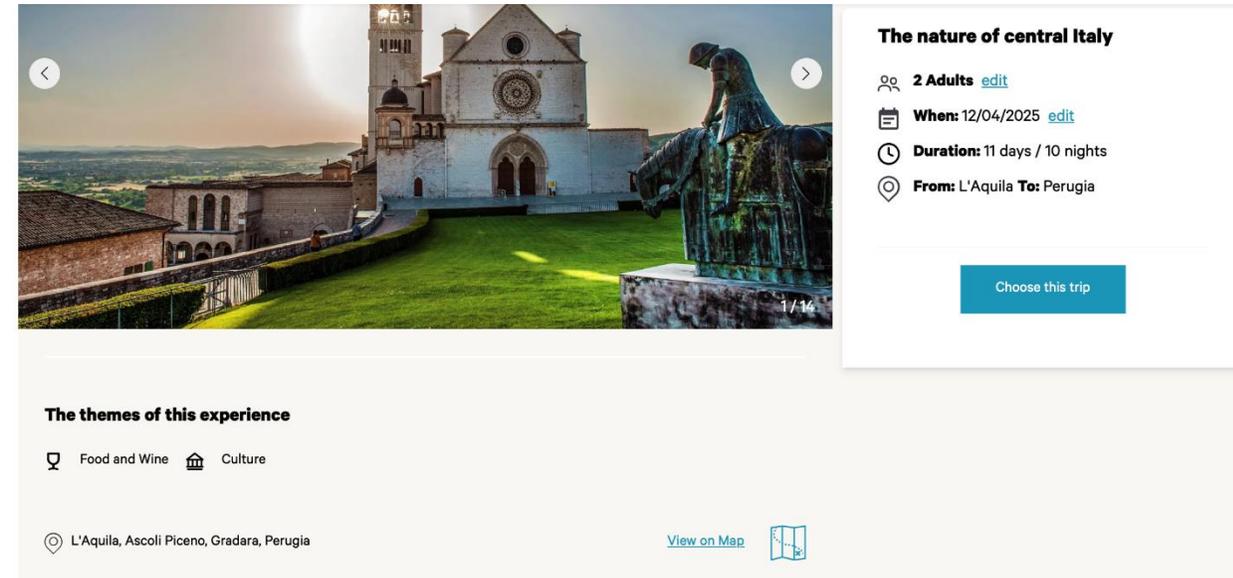
Trip Builder (15 dic)

E' una piattaforma di Tailor made 4.0 per la creazione di proposte di viaggio completamente personalizzate. E' utilizzato dagli operatori di Back End e in seguito dai clienti B2B.



Viaggi Smart (13 nov)

Semilavorati di pacchetti creati dai Locals che possono essere completamente personalizzati dal cliente finale. E' utilizzato dai clienti B2C e presto dai clienti B2B.



Efficienza fino al 70%

La **usability** è studiata per **ottimizzare** l'efficientamento dei processi, rispetto al passato.

Personalizzazione

Le piattaforme consentono una totale **personalizzazione** delle soluzioni proposte.

Contenuto Locale

Le piattaforme utilizzano i contenuti del **Magazzino Digitale** al fine di garantire «l'impronta **Local**».

Scalabile

I pacchetti possono essere commercializzati in tutti i **Display B2B, B2C e B2B2C**.



Distribuzione Multicanale

DIT distribuisce i suoi prodotti secondo un approccio multicanale coprendo le 3 tipologie di canali distributivi (B2B, B2C, B2B2C)

B2B

Numero di clienti
~1200

Entrate 2023
€42m

Ricavi/Pratica
Sono (marchio 1): 4,3k euro
DIT (marchio 2): 1,5k euro

Esempio di cliente



B2B2C

Lancio nel Dicembre 2024

Servizio white-label per
Tour Operator, Aziende e
Associazioni

Il DIT ha già ricevuto l'interesse di
diversi operatori
turistici/Aziende/Associazioni.

B2C

Lancio della piattaforma B2C negli
Stati Uniti nel novembre 2024.

Il lancio è stato supportato da **Whoopi
Goldberg** che ha presentato la
piattaforma B2C di DIT nel suo
segmento su *The View* (ABC).





Local Ambassador

Per scalare il canale B2B2C e altre iniziative, stiamo sviluppando una rete di agenti indiretti (Ambasciatori locali), opinion leader Italy's lover, nei vari mercati che vogliono scalare il loro network incassando nuove fonti di revenues

Ambasciatori locali

Rete di venditori indiretti con la missione di espandere l'impronta internazionale di Destination Italia

Profili con connessioni significative con aziende, associazioni e operatori turistici

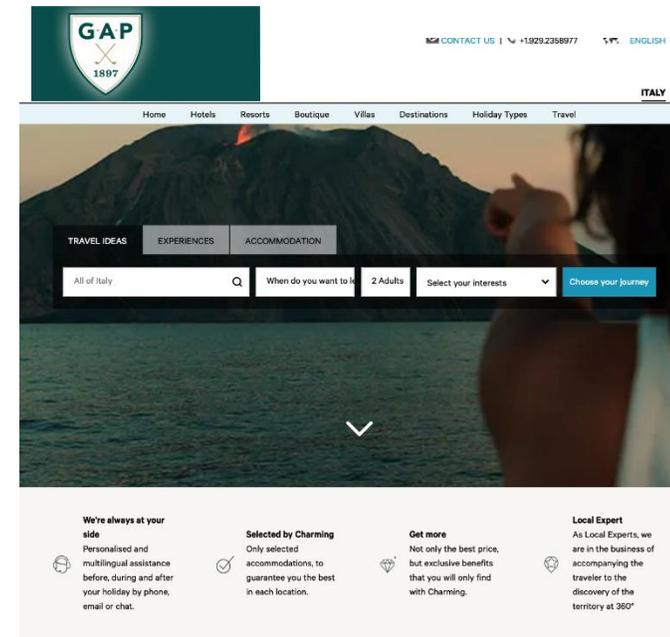
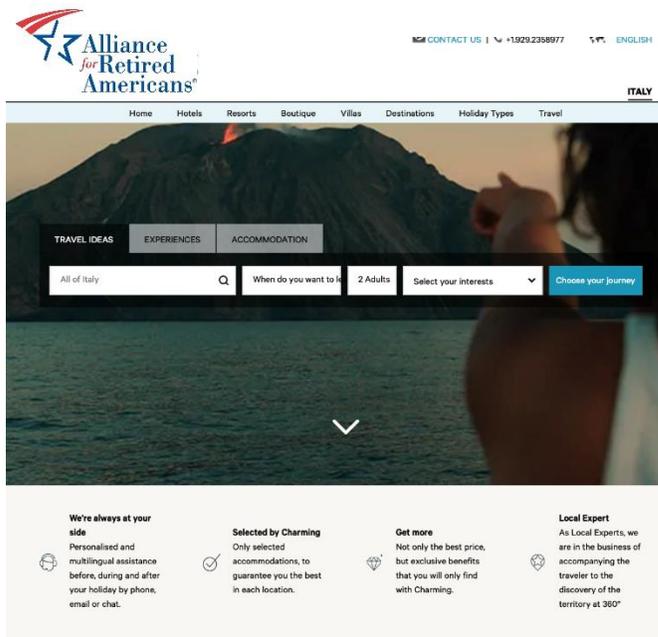
Sono compensati attraverso un meccanismo di condivisione dei ricavi.

Cosa forniamo

Tecnologia: accesso alla suite completa di Hubcore

Supporto commerciale: supporto dei nostri Sales

Formazione: induction e formazione continua su prodotti e servizi



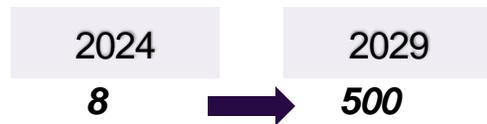
Best Places to go in Italy
Italy is a treasure trove of breathtaking destinations, each offering a unique blend of history, culture, and natural beauty. Here are some of the best places to visit.



Best Places to go in Italy
Italy is a treasure trove of breathtaking destinations, each offering a unique blend of history, culture, and natural beauty. Here are some of the best places to visit.



Evoluzione degli ambasciatori locali (#)



*Esempi di white label dedicati a un'associazione di pensionati americani e un'associazione di Golf americana



Multidestination

DIT intende scalare **Tecnologia, Business Model e Canali distributivi** replicando il modello Glocal in altri countries. E' un posizionamento alternativo all'approccio generalista e globalista delle grandi OTA della Silicon Valley tali da generare scenari con **upside di crescita esponenziali**

L'apertura di una nuova destinazione turistica richiede meno di 6 mesi, uno sforzo e un investimento limitato.

DIT ha già aperto i cantieri per l'espansione in Turchia e ha in programma di replicare in altre aree geografiche nei prossimi due anni.

Passi chiave per l'espansione

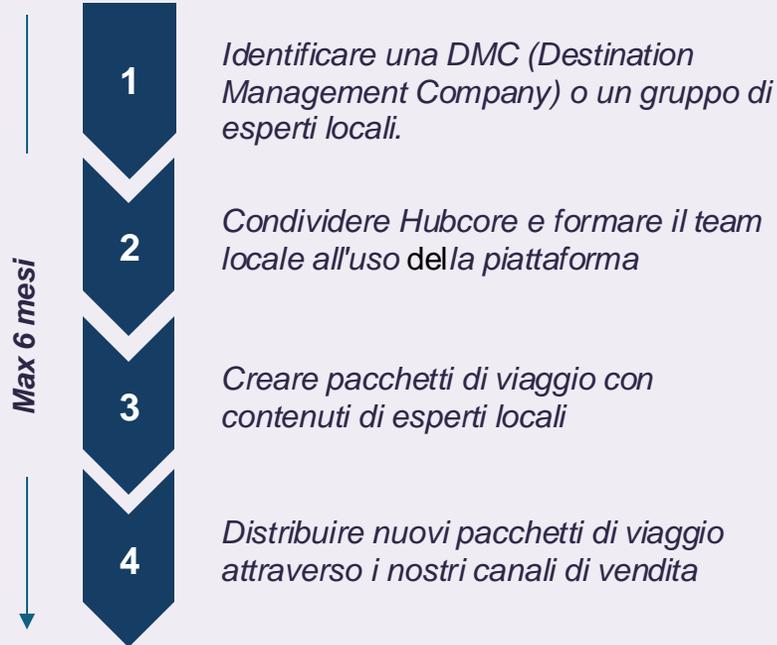


Tabella di marcia per l'apertura di nuovi mercati



Principali dati finanziari e piano aziendale

La crescita futura sarà guidata principalmente dal processo di internazionalizzazione, con particolare attenzione agli Stati Uniti, e dallo sviluppo dei canali B2B e B2C, supportati dall'integrazione della nostra tecnologia AI all'avanguardia nelle nostre operazioni

2018: Arrivo del team di gestione

- Clientela B2B
- Ricavi: circa 37 milioni di euro
- Internazionalizzazione limitata
- Margine lordo: 2,6 milioni di euro
- Tecnologia limitata per la gestione dei processi



Oggi

- Clientela B2B e B2C
- VDP: circa 64 milioni di euro
- Diversificazione geografica
 - 40% USA
 - 30% Europa occidentale
 - 20% APAC
 - 5% LatAm
 - 5% Est Europa + MO
- Tecnologia proprietaria all'avanguardia

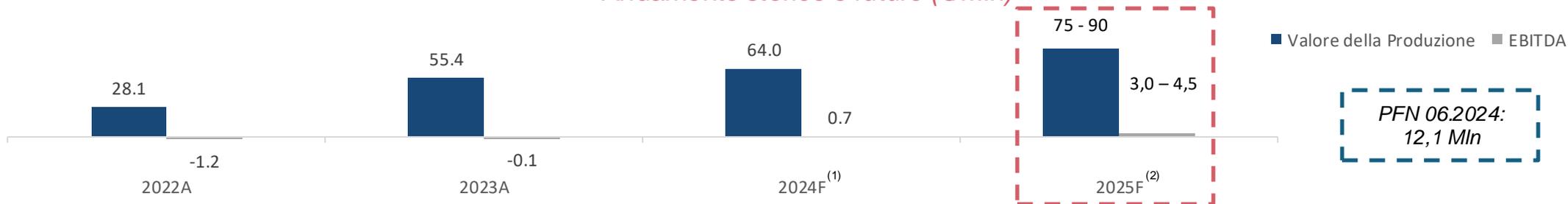


Futuro

- Clientela B2B, B2C, B2B2C
- Sviluppo ed espansione del modello GLOCAL
- Passaggio a un modello multidestinazione
- Operazioni internazionali di fusione e acquisizione
- Rafforzamento delle vendite internazionali
- Struttura per accelerare la crescita organica
- Valorizzazione di prodotti complementari e di alta qualità.
- Aziende marginali (SaaS, Real Estate, ecc.).



Andamento storico e futuro (€/Mln)

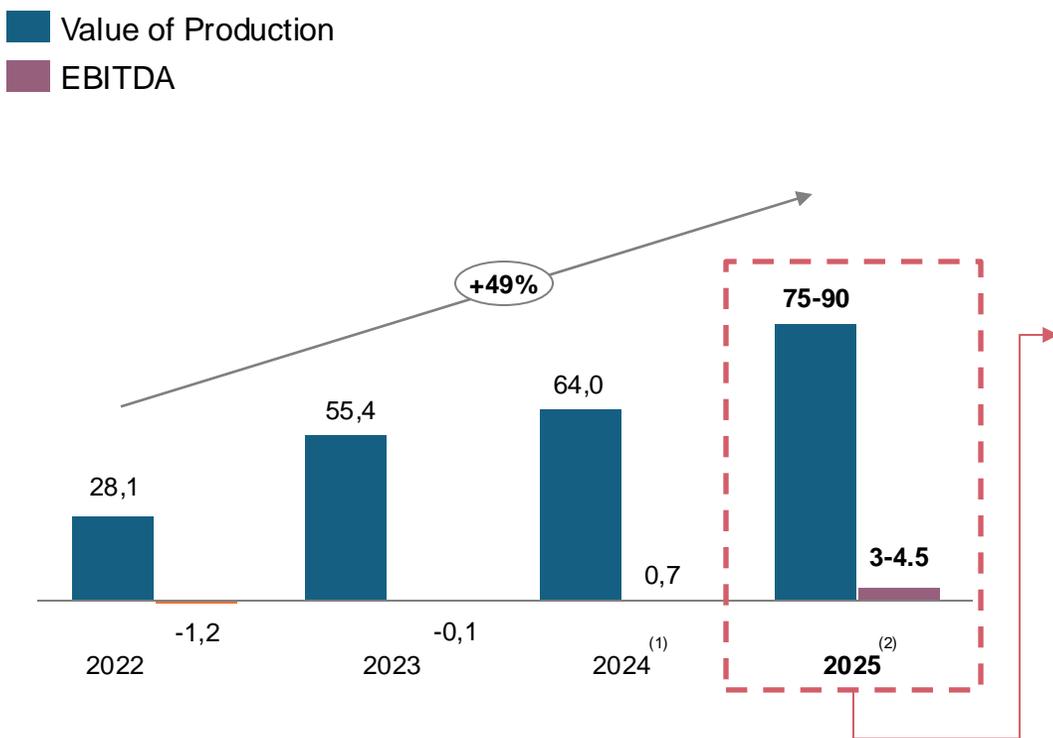


Fonte: Analisi delle informazioni gestionali della società e informazioni di bilancio
 Note: (1) Integrae SIM Equity Research 11/11/2024; (2) Linee Guida Strategiche, CS Destination Italia 31.10.2024

Breakdown & KPI

Con l'integrazione di Hubcore, il lancio dei nuovi canali di vendita e delle linee di ricavo (Hubcore e Real Estate), DIT ha comunicato al mercato che sarà in grado di generare nel 2025 un range di 3-4,5 milioni di euro di EBITDA e di Valore della Produzione tra I 75 e I 90 milioni

Valore della produzione & EBITDA evolution 2022-2025 (€m)



Focus 2025

☆☆☆

Range Breakdown VDP

- B2B channel
- B2C channel
- B2B2C channel
- Sales of Hubcore licenses
- Real Estate/Property
- Others

Growth rate

☆☆☆

☆☆☆

☆☆☆

☆☆☆

☆☆☆

Key Drivers of EBITDA Growth

- Incremento in termini di efficienza operativa
- Incremento primo margine

Impact (%)

+50%--+70%

+10% - +20%



Esempio Impatto New Tech

DIT ha annunciato una crescita esponenziale del fatturato e dell'EBITDA per il 2025*. Obiettivi estremamente sfidanti giustificati dalle delivery Tech di fine 2024. Di seguito si analizza l'impatto sul primo margine del rilascio di una di queste applicazioni: il Trip Builder

+20% Tasso di Conversione

Il Trip Builder consente di elaborare le pratiche Tailor Made con una **riduzione dei tempi fino a un 70%**.

Ciò consente di:

- Ridurre drasticamente i tempi di risposta ai clienti finali**
- Fare in modo che i Travel Designer siano concentrati **sulla fase commerciale** e non sull'elaborazione delle procedure.

Tutto questo determina una stima di incremento dei tassi di conversione (**Prenotazioni su Richieste**) di **almeno un 20%**.

+10% Importo medio e + 1% di Margine

Il **Trip Builder** è la prima applicazione di **Hubcore AI** relativa al **Canale B2B** utilizzata da DIT. Su **Hubcore** sono caricati tutti i contenuti della rete dei **Local Expert**, questo comporta:

- La possibilità di **arricchire il pacchetto** con prodotti e servizi aggiuntivi rispetto alla sola accommodation;
- La possibilità di incrementare il margine netto con **prodotti esperienziali in house a più alta marginalità**.

-10% Costi Operativi

L'efficienza operativa nello svolgere le medesime funzioni con tempi decisamente inferiori (**-30% minimo**) determina una contestuale riduzione degli Opex.

Tale riduzione potrebbe essere ancora più evidente ma si considera quanto segue:

- Una parte del tempo risparmiato si utilizza per migliorare l'aspetto commerciale e incrementare quindi i tassi di conversione;
- Il 10% si ipotizza secondo logiche prudenziali volti a salvaguardare gli investimenti di formazione sul personale e la pace sociale in azienda.

*Il combinato disposto delle variazioni applicate ai suddetti KPI determina un incremento esponenziale del primo margine***, al netto dei costi diretti, della **Business Unit Tailor Made*****

* DIT per il 2025 ha annunciato un range di Valore della Produzione tra i 75 e i 90mln e un range di EBITDA tra i 3 e i 4,5mln

** La Business Unit Tailor Made pesa circa **il 35% del totale transato**

*** Elaborazioni del management sulla base delle stime dell'impatto sull'efficientamento dei processi

Dal secondo semestre 2024 Hubcore AI, la controllata di DIT ha iniziato le attività di posizionamento sul mercato della vendita delle licenze con buoni risultati

Principali Selling Point

- a) *Creato da chi ha una lunga esperienza nel mercato del Travel On Line*
- b) *Unico dotato di moduli di connessione con il territorio al fine di digitalizzare e rendere fruibili i contenuti locali*
- c) *E2E capace di gestire tutti i processi tra cui:*
 - *Interfaccia con API con fornitori di varia natura*
 - *Gestione CRM*
 - *Gestione Suppliers*
 - *Packaging generator 5.0*
 - *Interfaccia con IRP*
- d) *Gestione Multichannel*
- e) *Possibilità dei clienti Hubcore di promuovere i propri pacchetti nei Market Place di DIT.*

Hubcore diventerà un importante player nel mercato DMS (Destination Management System) a livello internazionale e contribuirà in modo importante ai risultati del gruppo a partire dal 2025.



L'apporto del Real Estate

DIT ha aperto nel corso del secondo semestre del 2024 una nuova Business Unit che si occupa di sviluppare, insieme alle Istituzioni Nazionali/Locali e agli Stakeholder del territorio, operazioni di rigenerazione urbana di territori con importanti potenzialità turistiche

Real Estate: Il Turismo come bene Pubblico e Industria strategica del Paese

Soggetto aggregatore

DIT all'interno di questo contesto funge da aggregatore e stimolatore territoriale coinvolgendo **Soggetti finanziatori (Fondi Real Estate Privati e Pubblici), Istituzioni (Enti Locali e Ministeri) e Imprenditoria locale.**

Svolge una attività di **Advisor** nella stesura del Progetto, di **Promozione** della Destinazione e di **Gestore** delle **Strutture ricettive** (Boutique Hotel, Alberghi diffusi) e di **Attività Esperienziali.**



Derisking activities

L'obiettivo di DIT è di **trasformare un territorio** (esempio uno o più borghi) **in una destinazione turistica.** Il contributo portato dal Gruppo rende l'investimento in Real Estate/Attività Esperienziali del territorio più attrattivo poiché più redditizio e meno rischioso.



Alcuni esempi

L'Isola di Capraia, l'Alto Molise (Agnone + altri 18 comuni), il Montefeltro (Urbino e altri 20 comuni), la Costa Ionica Lucana, il borgo di Naso in Sicilia, Stresa rappresentano degli esempi sui quali la società sta sviluppando come Advisor **progetti di valorizzazione e rigenerazione urbana** insieme ai Soggetti finanziatori, alle Istituzioni e all'Imprenditoria locale. Il tutto sempre nel rispetto e in sintonia con un approccio **ESG.**



La business Unit Real Estate è integrata perfettamente con l'obiettivo di favorire uno sviluppo turistico meglio distribuito in tutto il territorio italiano e quindi tale da contribuire a ridurre il fenomeno dello **spopolamento dei Comuni minori** (ca 4000, che coprono il 60% del territorio italiano) da un lato e dell'**overtourism** dall'altro. La rigenerazione urbana di borghi spopolati oltre a cogliere l'interesse di una fetta importante del mercato turistico ha degli evidenti impatti in termini di **sostenibilità e rilancio economico del Paese.**

Fundraising Competitors

I concorrenti di DIT hanno raccolto oltre 200 milioni di euro di capitale grazie alle prospettive di crescita del settore dei viaggi

	GTV (ultimo disponibile)	Capitale raccolto	Periodo
	~\$120m	\$90m	2021 - 2024
	~\$100m	~\$130m	2011-2022
	~\$20m	~\$14m	2021 – 2023
	~\$190m	~878m	2012 - 2024

Ulteriori dettagli fundraising

	Capital	Year	Source
Exoticca	30	2013	Phocus Wire
	60	2024	Techcrunch
Evanéos	20	2022	Phocuswire
	80	2018	
	21	2016	
Travel Local	9	Other rounds	CB Insights
	10	2023	Phocuswire
	3,5	2021	Tracxn
6,5	2019		
GET YOUR GUIDE	878	2012-2024	Tracxn



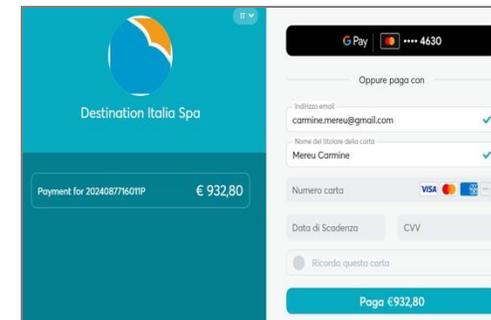
DIT consente ai clienti di personalizzare completamente i viaggi e di prenotarli online senza problemi. Di seguito il confronto con Evaneos

Raccolta degli input di viaggio
Proposizione di viaggio
Personalizzazione
Prenotazione (check out)



- Destinazione
- Data
- Tipo di vacanza (cibo, cultura)

Pacchetto Smart
Descrizione dettagliata giorno per giorno (alloggio, esperienza)



- Destinazione
- "Chi sei tu in viaggio?"

Panoramica del viaggio e descrizione a supporto.



Processo offline (ad es. telefono, e-mail) con uno specialista di viaggio





GRAZIE