COMUNICATO STAMPA

DESTINATION ITALIA GROUP SUPERA 27 MILIONI DI EURO DI PRENOTAZIONI E CRESCE ORGANICAMENTE DEL +275% SUL 2021

Milano, 23 Dicembre 2022 – Destination Italia S.p.A., la prima Travel Tech company italiana, leader nel turismo incoming esperienziale nel settore luxury – quotata su Euronext Growth Milan – comunica di avere superato 27,4 milioni di euro di prenotazioni nei primi 11 mesi dell'anno. Rispetto al 2021, la crescita è stata del +275%: l'anno scorso, nello stesso periodo, le prenotazioni superavano i 7,3 milioni di euro.

La Società, che ha recentemente comunicato l'avvio della fusione per incorporazione di Portale Sardegna S.p.A., Online Travel Agency (OTA) specializzata nell'incoming B2C e nella tecnologia per il settore travel, anch'essa quotata su Euronext Growth Milan, è riuscita a cavalcare la ripartenza del mercato turistico e a gestire più di 27 milioni di euro di prenotazioni. Il risultato è frutto delle strategie di bilanciamento del portfolio geografico, del focus sui segmenti di mercato a più alta capacità di spesa e della grande capacità di execution del team.

Rispetto al 2021, nel 2022 il Gruppo ha registrato l'incremento delle prenotazioni di turisti di fascia alta provenienti da Stati Uniti, Canada, Australia e da molti paesi dell'Unione Europea, tra cui la Spagna e il Regno Unito. In crescita anche i turisti provenienti dall'America Latina, in primis il Brasile e l'Argentina. Stabile il mercato Medio Orientale, in contrazione il mercato russo a causa delle restrizioni ai viaggi (Grafico A).

Per la crescita del 2022 è stato molto importante l'apporto di SONO Travel Club, la *business line* delle esperienze turistiche sartoriali dedicate ai viaggiatori *luxury*, famiglie e piccoli gruppi con budget di spesa elevati e con il desiderio di vivere esperienze uniche sul territorio italiano: dal soggiorno in hotel o ville private di prestigio, allo chef personale o alle cene stellate, dalle escursioni private in luoghi esclusivi alla partecipazione ad eventi inaccessibili al grande pubblico. Non parliamo solo di *High Net Worth Individuals*, ma anche di persone disposte a spendere cifre importanti per vedere realizzato il proprio "sogno italiano".

Dina Ravera, **azionista di riferimento di Destination Italia, commenta**: *"Il Gruppo Destination Italia ha grandi ambizioni: la più importante è quella di diventare un market maker internazionale, capace di incidere sull'export del turismo italiano intercettando e convogliando i flussi di viaggiatori internazionali verso l'Italia, specialmente nel segmento luxury. Per essere così competitivi è necessario raggiungere economie di scala e massa critica di clienti ad alto valore: questo percorso richiede la crescita per linee esterne ed interne. La crescita inorganica, come la fusione per incorporazione di Portale Sardegna annunciata un mese fa, ci consente di acquisire clienti in nuovi segmenti di mercato, tecnologie e nuove competenze.*
Tuttavia, è la capacità di crescere organicamente che fa la differenza nel medio-lungo termine: acquisire nuovi clienti, curarli e fidelizzarli, offrire loro esperienze turistiche sempre più appealing per aumentare il cross-selling sono gli elementi fondamentali per raggiungere grandi obiettivi. Abbiamo superato €27 milioni di prenotazioni nei primi 11 mesi del 2022, riuscendo a fare +275% sullo stesso periodo del 2021: è un risultato che ci riempie di orgoglio perché è figlio delle competenze e dell'enorme lavoro fatto dal Gruppo. È vero che il mercato turistico ha iniziato a correre da aprile in avanti, ma è altrettanto vero che le sfide operative erano grandi, a partire dalla gestione di una domanda che per diversi mesi ha superato l'offerta di servizi turistici.
Questa capacità di execution è l'ingrediente chiave che permetterà al Gruppo Destination Italia di raccogliere i frutti delle sinergie commerciali e industriali generate dalle acquisizioni.

Abbiamo chiaro dove vogliamo arrivare, stiamo costruendo un grande gruppo e l'execution della nostra strategia procede come pianificato. Ci tengo particolarmente a ringraziare tutto il Team di Destination Italia per l'eccellente lavoro svolto".

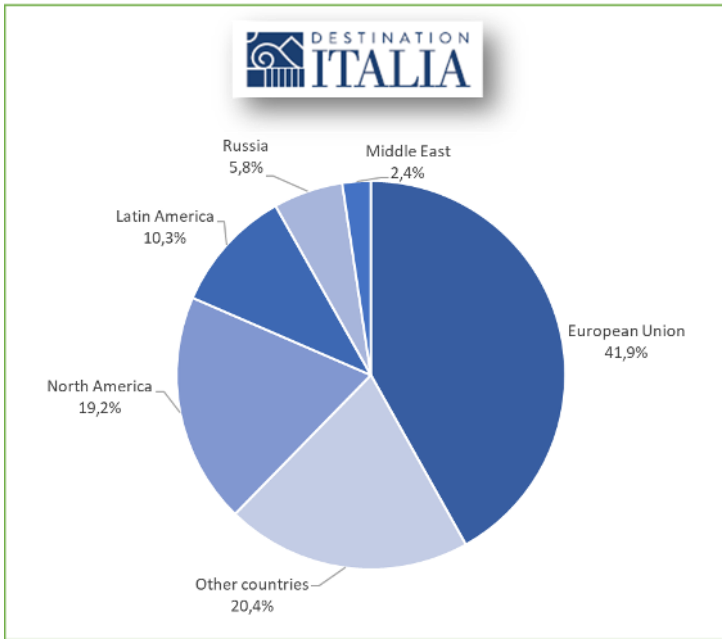

Grafico A, fonte company data 30 novembre 2022 (origine geografica dei passeggeri/viaggiato).

Per quanto concerne l'attrattività delle location turistiche italiane nei confronti dei viaggiatori stranieri, il 2022 mostra la tenuta delle destinazioni classiche (ad esempio Roma, Venezia, Firenze, Milano e i laghi del Nord Italia, Napoli e la costiera amalfitana), ma anche la diversificazione dell'appeal nei confronti di destinazioni alternative. Abbiamo riscontrato la crescita dell'interesse nei confronti di regioni "di terra" come il Piemonte, ma anche l'Umbria, il Trentino, e l'interesse continuo per le regioni sul mare come Liguria, Sicilia, Sardegna, Puglia ed Emilia Romagna (Grafico B). Le implicazioni sono positive per tutta la filiera turistica italiana, perché lasciano intuire il potenziale di soggiorni più lunghi, e quindi maggiore spesa turistica, viaggiatori di ritorno e destagionalizzazione.

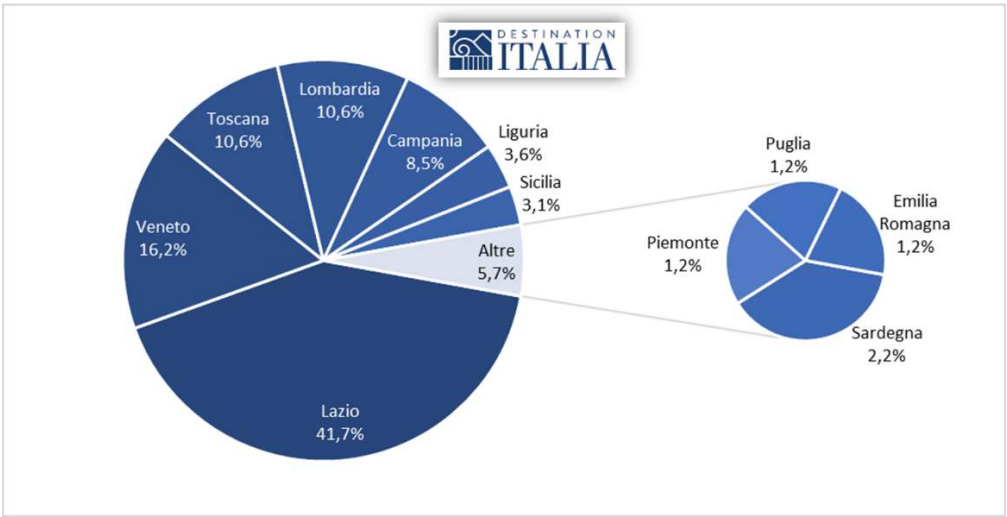

Grafico B, fonte Company Data 30 novembre 2022 (destinazione geografica dei passeggeri/viaggiato).

* * * * * *

Il presente comunicato stampa è disponibile presso la sede legale della Società, presso la Borsa Italiana e sul sito web della società www.destinationitaliagroup.it nella sezione Investor Relations/Comunicati Finanziari.

Destination Italia S.p.A. - capofila di un gruppo che opera nel turismo di fascia alta - è la maggiore TravelTech italiana, leader nel turismo incoming di qualità e nel turismo esperenziale. Il Gruppo offre soluzioni di viaggio altamente personalizzate e su misura per Tour Operator ed Agenzie di Viaggio internazionali. La Società, nata nel Settembre 2016, ha scelto di puntare sulla digitalizzazione dei servizi turistici con un'offerta di servizi esclusivi ed expertise avanzate, indirizzati ai settori verticali del turismo B2B, attraverso una piattaforma altamente innovativa – plug and play – che consente la creazione e gestione operativa delle attività di web-booking e di creazione di pacchetti di viaggio di fascia alta tailor-made. Gli strumenti TravelTech sviluppati consentono inoltre la realizzazione e distribuzione di servizi a valore aggiunto, al vasto target internazionale, e di rispondere al contempo, alla trasformazione digitale nel settore del turismo, rendendo i servizi più efficienti, innovativi e customizzati. Destination Italia grazie alla sua piattaforma plug and play distribuisce alle agenzie di viaggio ed ai tour operator internazionali, oltre che a piattaforme di terzi (via XML), la possibilità di acquistare, aggregare e strutturare, per i propri clienti, pacchetti di viaggio e servizi turistici selezionati ed esclusivi che hanno come destinazione l'Italia. I brand "SONO Travel Club" e "Destination Italia" sono i due cluster di prodotto indirizzati ai diversi target. SONO Travel Club è rivolto al segmento Lusso, con una proposta di servizi altamente personalizzati e su misura ed un ticket medio elevato mentre Destination Italia si rivolge al Mercato Mainstream proponendo le destinazioni italiane più richieste assicurando qualità e competitività. Dalla sua costituzione il Gruppo, ha accolto in Italia oltre 500mila turisti provenienti da oltre 100 Paesi del mondo, con un'offerta che comprende oltre 10 mila strutture ricettive in Italia. Destination Italia S.p.A. - quotata su Euronext Growth Milan - controlla il 100% della società operativa Destination 2 Italia S.r.l. Destination Italia è quotata su Euronext Growth Milan -Ticker: DIT - Codice ISIN Azioni: IT0005454027

Contatti:

DESTINATION ITALIA
Investor Relations Manager
Daniele Simonetti
D: +39 06 62287965
daniele.simonetti@destinationitalia.com

Euronext Growth Advisor
INTEGRAE SIM S.p.A.
Piazza Castello 24, 20121 Milano
Tel.+39 02 96846864

Investor Relations Advisor
POLYTEMS HIR S.r.l.
Bianca FERSINI MASTELLONI - Silvia MARONGIU
06.69923324-066797849
s.marongiu@polytemshir.it

Media Relations Advisor
POLYTEMS HIR S.r.l.
Paolo SANTAGOSTINO
+393493856585
p.santagostino@polytemshir.it