

COMUNICATO STAMPA

**DESTINATION ITALIA: IL CDA APPROVA I RISULTATI SEMESTRALI
AL 30 GIUGNO 2024**

VALORE DELLA PRODUZIONE PARI A CIRCA 35 MILIONI DI EURO

MARGINALITÀ OPERATIVA LORDA SI CONFERMA POSITIVA E IN MIGLIORAMENTO

INVESTIMENTI TECNOLOGICI DEL SEMESTRE PARI A 1,2 MILIONI DI EURO

- **Valore della Produzione: Euro 34,9 milioni**
- **EBITDA: Euro 0,2 milioni**
- **EBIT: Euro -0,8 milioni**
- **Risultato netto: Euro -1,0 milioni**
- **Patrimonio Netto: Euro 5,4 milioni**
- **IFN: Euro 12,0 milioni**

Milano, 27 settembre 2024 – Il Consiglio di Amministrazione di Destination Italia S.p.A. (“**Destination Italia**”, “**Società**” o “**Gruppo**”), la maggiore Travel Tech italiana, leader nel turismo Incoming esperienziale nei segmenti High-end e Luxury - quotata su Euronext Growth Milan, riunitosi in data odierna, ha approvato la Relazione finanziaria semestrale consolidata al 30 giugno 2024, sottoposta volontariamente a revisione contabile limitata.

Dina Ravera, Presidente di Destination Italia, dichiara: “*Siamo soddisfatti dei risultati ottenuti nei primi sei mesi del 2024, che mostrano un **incremento costante delle prenotazioni**, raggiungendo un volume d'affari di oltre 35 milioni di Euro a giugno e un totale di 50 mila viaggiatori nel primo semestre. Questo successo è il frutto dell'espansione del presidio commerciale sui mercati esteri e dello sviluppo di nuove offerte di viaggio basate sui trend emergenti. La crescita conferma la solidità delle scelte strategiche stabilite. Guardando al prossimo futuro, ci attendiamo una crescita ancora più significativa, grazie agli investimenti mirati all'apertura di nuovi mercati e al potenziamento dell'offerta.*

Stiamo intensificando la **presenza distributiva a livello internazionale** oltre a incrementare il valore dei **progetti chiave**: la piattaforma “**Hubcore.AI**” e il progetto “**Destination Local Expert**”. In particolare, “**Hubcore.AI**”, rivolto alla gestione completa dei servizi turistici, integra di continuo nuove funzionalità legate all'Intelligenza Artificiale che stanno riscuotendo l'interesse delle agenzie di viaggio e delle destination management company italiane. Stiamo continuando a sviluppare “**Destination Local Expert**”, il network che conta attualmente 54 professionisti a copertura del territorio nazionale, che svolge un ruolo chiave nella trasformazione di territori - ad alto potenziale, ancora poco battuti - in destinazioni turistiche” ha aggiunto la Presidente di Destination Italia.

Solo poche settimane fa “**SONO Travel Club**”, l'unità dedicata al segmento luxury, è stata selezionata dal prestigioso network nordamericano ENSEMBLE TRAVEL come partner per i viaggi di lusso in Italia. A questo risultato si aggiunge il lancio dei due contest “**Italy Masterplace**” a New York, rivolto alle promozione delle

destinazioni turistiche italiane, e **“The WOW experience”**, dedicato a chi propone esperienze turistiche uniche nel Paese.

Infine, attraverso il nostro **“MEET Forum - Il Turismo Sostenibile”**, che organizziamo in varie regioni italiane, stiamo coinvolgendo chi lavora nella filiera turistica, le Istituzioni e le comunità, per diffondere le migliori pratiche del Turismo Sostenibile” ha commentato la Presidente.

Sono tutti tasselli del nostro **“Progetto Paese”** che proponiamo a stakeholder, operatori, Istituzioni per la valorizzazione del patrimonio naturale, culturale, immobiliare dei territori e delle economie locali. Vogliamo che il settore del **Turismo** sia sempre più inteso e sostenuto **come un’industria vera e propria** e noi stiamo già facendo la nostra parte” ha concluso Dina Ravera.

Principali risultati consolidati al 30 giugno 2024

Le variazioni nei risultati economici rispetto al 30 giugno 2023 sono dovuti all’effetto combinato della crescita delle prenotazioni, alle sinergie di costi ottenute dalla realtà combined post fusione e alla modifica del criterio di contabilizzazione dei ricavi (c.d. metodo “booking date”).

Il **Valore della Produzione** è pari a Euro 34,9 milioni, rispetto a Euro 17,6 milioni al 30 giugno 2023.

L’**EBITDA** si attesta a Euro 0,24 milioni (Euro -0,71 milioni al 30 giugno 2023).

L’**EBIT** evidenzia un saldo negativo di Euro 0,83 milioni (Euro -1,75 milioni al 30 giugno 2023).

Il **Risultato Netto** è pari a Euro -1 milione (Euro -2 milioni al 30 giugno 2023).

L’**Indebitamento Finanziario Netto** è pari a Euro 12 milioni, in lieve aumento rispetto a Euro 11,6 milioni al 31 dicembre 2023. La variazione è principalmente dovuta agli investimenti effettuati nella tecnologia e nel progetto Destination Local Expert e nell’apertura di nuovi mercati.

Il **Patrimonio Netto** è pari a Euro 5,4 milioni (Euro 5,3 milioni al 31 dicembre 2023).

Fatti di rilievo del semestre

Nel primo semestre, il Gruppo ha registrato una crescita sul fatturato delle linee di business, confermando le attese previste nell’esercizio precedente, in tutti i mercati strategici presidiati dalla rete commerciale Destination Italia. Il Gruppo ha dedicato un focus speciale all’espansione della filiale statunitense, avviando operativamente lo sviluppo commerciale del business e rendendo operativo il piano per l’ampliamento delle attività distributive.

È iniziata la fase operativa della migrazione dei dati Destination Italia in Hubcore.AI, il cui utilizzo porterà un risparmio di costi considerevole. Il Gruppo continua ad investire sullo sviluppo delle funzionalità del software, essenziali per sostenere la crescita significativa dei ricavi prevista per gli anni futuri, puntando fortemente sulla automazione intelligente della value chain grazie all’utilizzo di componenti AI di ultima generazione. È previsto lo sviluppo commerciale non-captive di Hubcore.AI, che ha davanti interessanti opportunità di vendita ad agenzie turistiche e destination management company italiane ed europee.

Nel corso del periodo, le operazioni finanziarie degli ultimi tre mesi del 2023 hanno generato ulteriori benefici: infatti, le due ulteriori tranche di collocamento di azioni inoptate, nell’ambito dell’aumento di capitale deliberato lo scorso ottobre 2023, hanno consentito il reperimento di risorse come mezzi propri, per un controvalore pari ad Euro 947.625. In aggiunta, si è ultimato il collocamento del prestito obbligazionario convertibile **“Destination Italia POC 2023-2028”** con l’emissione delle ultime 370 obbligazioni, per un

controvalore di Euro 1.110.000. Le somme sono destinate alla crescita e al perseguimento degli obiettivi strategici di medio e lungo periodo e in attività business priority nel breve. Nel corso del semestre sono stati effettuati investimenti per complessivi Euro 3,8 milioni, di cui 1,2 milioni di Euro in tecnologia.

In parallelo agli investimenti IT continua a crescere anche il Team del Gruppo, raggiungendo 165 persone tra dipendenti e collaboratori, distribuiti nelle sedi di Roma, Milano, Nuoro, Cagliari, Olbia e New York, per assicurare alla clientela un prodotto personalizzato e differenziato dagli altri competitor.

Durante il semestre è stato anche lanciato "Italy Masterplace", un progetto strategico per il futuro del turismo italiano. Questo format competitivo nazionale mira a favorire la crescita di destinazioni turistiche ad alto potenziale non ancora valorizzato, per consentire al Gruppo di allargare e differenziare il portfolio delle destinazioni, con l'obiettivo di allungare la durata media del viaggio.

Per quanto riguarda il Meet Forum sul Turismo Sostenibile, evento del Gruppo dedicato alla sostenibilità e alla rappresentazione di best practices di turismo ESG, in linea con i 17 obiettivi dell'Agenda 2030, sono state realizzate tre edizioni, tra cui le due locali di Urbino e Gorizia e quella nazionale di Napoli, con focus specifico sul Turismo delle Radici. In ogni edizione sono stati coinvolti esperti ed istituzioni locali e nazionali sulle tematiche ESG, illustrando una rappresentazione emozionale e coinvolgente di esperienze turistiche, contenuti, best practice, riflessioni di speaker di eccezione sulle tematiche del turismo sostenibile nel territorio. Le edizioni 2024 hanno portato alla creazione di un network strategico sui territori, utile nel *recruitment* di Local Expert, fornitori e partner caratterizzati da alti livelli di qualità e orientamento al turismo sostenibile. In tema di Turismo delle Radici, il Gruppo si è unito alla delegazione del Ministero degli Esteri per celebrare a San Paulo in Brasile i 150 anni dal grande flusso migratorio degli italiani verso il Sud America, con l'obiettivo di spiegare concretamente e di promuovere il Turismo delle Radici agli oltre 30mn di Italiani di terza e quarta generazione che desiderano scoprire la storia delle loro origini.

Si fa presente poi che SONO TRAVEL CLUB, il brand luxury di Destination Italia, è stato selezionato dal gruppo Internova – il più importante network di Tour Operator del lusso - per il programma "Select In-Country Partner", che raccoglie a livello globale gli operatori del luxury travel che rispettano i più alti standard di servizio. L'affiliazione a Select consentirà al gruppo di penetrare il segmento Luxury in Nord America, in qualità di partner unici per l'Italia.

Infine, sul piano Governance il management ha posto particolare attenzione al processo degli incassi dai Clienti, rafforzandone in via preventiva il presidio e organizzando report periodici multidisciplinari e definendo, infine, livelli di intervento piramidali nell'organizzazione. Questo ha dato ottimi esiti già nei primi 6 mesi dell'anno.

Fatti di rilievo successivi alla chiusura del semestre

Il Gruppo continua con grande focus la sua espansione commerciale internazionale; infatti oltre agli Stati Uniti che sono il primo target su cui la Società è concentrata, sono in apertura gli uffici commerciali a Shangai e Tokyo, così da poter accelerare la crescita nei mercati Cina e Giappone.

Nella seconda metà del 2024, SONO TRAVEL CLUB, il brand di lusso di Destination Italia, è stato selezionato da ENSEMBLE TRAVEL, un network nordamericano di Travel Advisor specializzato in viaggi su misura di lusso, come partner per il turismo di lusso in Italia. Questa collaborazione mira a rafforzare ulteriormente la già solida presenza del Gruppo nel mercato nordamericano, un settore in forte crescita, come confermato dai dati di Bankitalia che evidenziano, per il 2023, un aumento del 41,6% nel contributo dei turisti statunitensi all'Incoming in Italia.

Evoluzione prevedibile della gestione

La gestione del Gruppo nella seconda metà dell'esercizio 2024, in base al trend attualmente osservato, sarà plausibilmente influenzata in positivo dalla crescita delle prenotazioni turistiche provenienti dai mercati internazionali, con riferimento al segmento Incoming B2B per i marchi SONO e Destination Italia, ed al ramo extralberghiero che registra un incremento superiore al 15% di volume d'affari per il terzo anno consecutivo.

Destination Italia sta adottando sempre più la strategia di rendere globale ciò che è locale in chiave di turismo sostenibile, posizionandosi in maniera distinta rispetto all'approccio generalista e globalista delle grandi OTA (agenzie di viaggio online). Il modello adottato "Destination Driven" si sta basando sui territori e sta sfruttando la rete dei Local Expert per mappare le vocazioni territoriali e trasformarle in contenuti turistici fruibili e commercializzabili. In futuro verrà creata una mappatura dettagliata delle attrattive di ogni territorio italiano, tali da poter essere distribuiti attraverso i molteplici canali distributivi del Gruppo. Tale approccio consentirà di valorizzare i punti di forza dei territori, generando valore economico e occupazione locale. Il lavoro del Gruppo si sta svolgendo in modo capillare in tutta Italia, con il supporto dei presidi Local Expert, che si prevede raddoppieranno nel 2025. La strategia si sta concretizzando in diverse attività, tutte finalizzate a trasformare il Gruppo in una vera e propria Destination Management Organization (DMO) privata. Tra le iniziative in corso, spicca il progetto "Experience Maker", che si affianca all'ormai tradizionale e quasi obsoleto approccio di "Experience Taker". I Local Expert stanno permettendo a Destination Italia di sviluppare un portafoglio di esperienze esclusive, marchiate Destination Italia.

Tra le iniziative operative di rilievo si evidenzia la creazione di cataloghi differenziati in base alle buyer personas, con l'obiettivo di migliorare i tassi di conversione. Stiamo infine implementando un nuovo CRM per ottimizzare la gestione del portafoglio clienti B2B a livello globale.

Per il segmento B2C saranno particolarmente interessanti l'evento "Italy Masterplace" e il lancio contestuale della piattaforma Charmingitaly.com in America (apertura prevista a partire da metà novembre 2024) e "Eat & Travel", partnership tra i ristoratori italiani di New York e Destination Italia.

Si prevede il completamento degli sviluppi di Hubocre.AI; ciò aumenterà l'efficienza operativa e consentirà di moltiplicare i volumi gestiti da ciascun Travel Designer. Inoltre, i canali distributivi di Destination Italia accederanno al prodotto Local Expert, attualmente gestito tramite Hubocre.AI. Questo cambiamento avvicinerà i nostri market-place all'offerta unica e peculiare di Destination Italia.

La rete dei "Local Ambassador" continuerà ad espandersi nel mondo ampliando la copertura geografica e la rete di contatti commerciali, generando nuove opportunità per il Gruppo.

Si prevede lo sviluppo delle attività commerciali in sinergia con le progettualità in corso relativamente alle due società partecipate, Toit Group S.p.A. (TownsofItaly), gruppo italiano di riferimento nella creazione di esperienze turistiche, ed Engagigo, start-up italiana che ha lanciato ENDU, la piattaforma innovativa per il ticketing degli eventi sportivi endurance.

La crescita della Corporation americana e il presidio di New York rappresentano passi strategici significativi, che saranno replicati in altre location, come Shanghai, Tokyo, Dubai e San Paolo del Brasile.

La partecipazione in questi mesi al TTG di Rimini tra il 9 e l'11 ottobre, il COTTM di Pechino, principale fiera cinese dedicata all'Inbound, dal 16 al 18 ottobre e la fiera TEJ 2024 di Tokyo, tra il 26 e il 29 settembre, esprimeranno in pieno il posizionamento strategico e la direzione che il Gruppo Destination Italia sta prendendo sul mercato.

Allegati

1. **Conto Economico Consolidato riclassificato** al 30/06/2024
2. **Stato Patrimoniale Consolidato riclassificato** al 30/06/2024
3. **Indebitamento Finanziario Netto Consolidato** al 30/06/2024

* * * * *

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

Per la diffusione delle informazioni regolamentate Destination Italia S.p.A. si avvale del circuito 1INFO-SDIR (www.1info.it) gestito da Computershare, con sede in Milano, Via Lorenzo Mascheroni n. 19, autorizzato da CONSOB.

Destination Italia S.p.A. - società capofila dell'omonimo Gruppo che opera nel turismo di fascia alta - è la principale Travel Tech italiana. Leader nel turismo incoming di alta fascia, Destination Italia offre soluzioni di viaggio esperienziali fortemente personalizzate, rivolte sia al mercato Business to Business sia al Business to Consumer. La Società, nata nel Settembre 2016, ha puntato da subito sulla digitalizzazione della catena del valore per offrire soluzioni di viaggio esclusive, tailor-made, in grado di rispondere dinamicamente alle esigenze sofisticate della clientela B2B globale. La piattaforma travel tech orchestra il complesso processo di matching tra domanda e offerta in maniera efficiente, dinamica ed intelligente, per supportare al meglio la componente umana del processo di creazione del valore - il Team di Travel Design - dotato di expertise uniche su tutte le destinazioni italiane, sui verticali turistici lifestyle e sulle caratteristiche socio-culturali specifiche dei clienti di ogni paese. La tecnologia sviluppata consente di rispondere alla costante innovazione digitale del settore turistico, tra cui la necessità di interoperare dinamicamente con piattaforme di operatori terzi, per acquistare, aggregare e vendere pacchetti e servizi turistici esclusivi e selezionati uno ad uno. I brand: "SONO Travel Club" e "Destination Italia" sono i due cluster di prodotto indirizzati ai diversi target B2B. Il primo 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 500 mila turisti provenienti da 100 Paesi, con un'offerta che comprende oltre 10 mila strutture ricettive in Italia. Dal 2023, il Gruppo detiene ulteriori asset strategici: i siti e-commerce a marchio Portale Sardegna e Charming, rivolti alla clientela retail alto-spendente e luxury, per le destinazioni Sardegna, Puglia, Sicilia e Toscana; a ciò si aggiungono la tecnologia Hubcore.AI, piattaforma all-in-one per la gestione integrata di servizi turistici e la linea business sul segmento extra-alberghiero. La Capogruppo, oltre ad essere operativa dal 2023 nel mercato B2C, è titolare del 100% della Destination 2 Italia S.r.l., tour operator specializzato nel B2B, e controlla Hubcore.AI S.r.l., software-house titolare di Hubcore.AI, e Welcomely S.r.l., property manager per il segmento extra-alberghiero. Il Gruppo Destination Italia dispone di un portafoglio di sistemi software e marchi di proprietà in uso ed in licenza.

Destination Italia S.p.A. è quotata su Euronext Growth Milan -Ticker: DIT - Codice ISIN: IT0005454027

Contatti:

DESTINATION ITALIA
CFO e Investor Relations Manager
Daniele Simonetti

INTEGRAE SIM S.p.A.
Euronext Growth Advisor
Piazza Castello, 24, 20121 Milano

Capitale sociale € 11.753.490,92 i.v.

P.IVA - C.F.: 09642040969

Numero REA: MI - 2104330

PEC: destinationitalia@legalmail.it

mail: info@destinationitalia.com - web: www.destinationitaliagroup.com

Tel: +39 06 62287965

Tel.+39 02 80506160

daniele.simonetti@destinationitalia.com

Ufficio Stampa

Twister Communications Group

Lucia Saluzzi

Mobile +39 347 5536979 lsaluzzi@twistergroup.it

Valentina Tua

Mobile +39 342 1683535 vtua@twistergroup.it

Conto Economico (Dati in migliaia di Euro)	Consolidato		Consolidato		
	30.06.2024	%	30.06.2023	%	Var %
Ricavi delle vendite	32.609	94%	15.918	90%	> 100%
Incrementi di immobilizzazioni per lavori interni	1.702	5%	1.223	7%	39%
Altri ricavi	552	2%	480	3%	15%
Valore della produzione	34.864	100%	17.622	100%	> 100%
Costi delle materie prime, sussidiarie e di merci	(15)	0%	(13)	0%	13%
Costi per servizi	(31.450)	-90%	(15.621)	-89%	> 100%
Costi per godimento beni di terzi	(93)	0%	(72)	0%	29%
Costi del personale	(3.041)	-9%	(2.572)	-15%	18%
Oneri diversi di gestione	(24)	0%	(57)	0%	-57%
EBITDA	241	1%	(713)	-4%	> 100%
Ammortamenti e svalutazioni	(1.072)	-3%	(1.038)	-6%	3%
Accantonamenti	-	0%	-	0%	n/a
EBIT	(831)	-2%	(1.750)	-10%	53%
Proventi e (Oneri) finanziari	(397)	-1%	(224)	-1%	77%
EBT	(1.228)	-4%	(1.974)	-11%	38%
Imposte sul reddito	157	0%	-	0%	n/a
Risultato d'esercizio	(1.070)	-3%	(1.974)	-11%	46%

Capitale sociale € 11.753.490,92 i.v.

P.IVA - C.F.: 09642040969

Numero REA: MI - 2104330

PEC: destinationitalia@legalmail.it

mail: info@destinationitalia.com - web: www.destinationitaliagroup.com

Stato Patrimoniale riclassificato <i>(Dati in migliaia di Euro)</i>	Consolidato 30.06.2024	Consolidato 31.12.2023	Var %
Immobilizzazioni immateriali	19.040	16.355	16%
Immobilizzazioni materiali	232	225	3%
Immobilizzazioni finanziarie	715	646	11%
Attivo fisso netto	19.987	17.226	16%
Rimanenze	-	1	-100%
Crediti commerciali	27.639	11.682	> 100%
Debiti commerciali	(27.739)	(12.304)	> 100%
Capitale circolante commerciale	(100)	(622)	-84%
Altre attività correnti	2.215	712	> 100%
Altre passività correnti	(6.277)	(1.652)	> 100%
Crediti e debiti tributari	2.082	2.748	-24%
Ratei e risconti netti	255	(487)	> 100%
Capitale circolante netto	(1.826)	699	> 100%
Fondi rischi e oneri	(65)	(96)	-33%
TFR	(586)	(646)	-9%
Capitale investito netto (Impieghi)	17.511	17.183	2%
Debiti verso banche per finanziamenti	7.675	6.751	14%
Debiti v/altri finanziatori	8.958	7.346	22%
Debiti finanziari v/società controllate	1	1	-6%
Debiti finanziari v/società controllanti	-	50	-100%
Totale debiti bancari e finanziari	16.634	14.148	18%
Disponibilità liquide	(4.561)	(2.345)	95%
Crediti finanziari v/società controllate	(0)	(0)	9%
Crediti finanziari v/società controllanti	-	-	n/a
Crediti finanziari	(3)	(188)	-98%
Indebitamento finanziario netto	12.070	11.614	4%
Capitale sociale	11.753	11.115	6%
Crediti v/soci per versamenti ancora dovuti	-	-	n/a
Riserve	(5.242)	(3.293)	59%
Risultato d'esercizio	(1.070)	(2.253)	-53%
Patrimonio netto (Mezzi propri)	5.441	5.569	-2%
Totale fonti	17.511	17.183	2%

Indebitamento Finanziario Netto	30.06.2024	31.12.2023	Var %
<i>(Dati in migliaia di Euro)</i>			
A. Cassa	(34)	(8)	> 100%
B. Altre disponibilità liquide	(4.528)	(2.337)	94%
C. Titoli detenuti per la negoziazione	-	-	n/a
D. Liquidità (A) + (B) + (C)	(4.561)	(2.345)	95%
E. Crediti finanziari correnti	(3)	(186)	-98%
F. Debiti bancari correnti	1.995	6.751	-70%
G. Parte corrente dell'indebitamento non corrente	4.000	4.000	-
H. Altri debiti finanziari correnti	158	173	-9%
I. Indebitamento finanziario corrente (F)+(G)+(H)	6.154	10.924	-44%
J. Indebitamento finanziario corrente netto (I) + (E) + (D)	1.589	8.393	> 100%
K. Debiti bancari non correnti	5.680	-	n/a
L. Obbligazioni emesse	3.000	1.890	59%
M. Altri debiti non correnti	1.801	1.334	35%
N. Indebitamento finanziario non corrente (K) + (L) + (M)	10.481	3.224	> 100%
O. Indebitamento finanziario netto (J) + (N)	12.070	11.617	4%