

COMUNICATO STAMPA

L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE COME INFRASTRUTTURA INDUSTRIALE: LA PERFORMANCE DEL 1H 2025 CONFERMA IL POSIZIONAMENTO UNICO DI DESTINATION ITALIA IN UN SETTORE CHE ATTRAIE CAPITALE GLOBALE

**GROSS TRAVEL VALUE 37,5 €M, +17,8%,
MARGINE DI INTERMEDIAZIONE 4,1 €M, +20,2%**

Milano, 22 luglio 2025 - Negli ultimi anni, il settore del turismo esperienziale digitalizzato ha attratto investimenti significativi da parte di fondi internazionali di primario livello, a conferma del forte potenziale di crescita del comparto. La convinzione sempre più diffusa è che l'applicazione sistemica dell'intelligenza artificiale possa trasformare un mercato ad oggi ancora parzialmente intermediato, migliorando la scalabilità dei modelli e aumentando la marginalità complessiva.

In questo contesto, Destination Italia rappresenta un caso unico in Italia e distintivo in Europa per livello di integrazione verticale dell'AI e maturità industriale dell'infrastruttura. La piattaforma proprietaria Hubcore.AI, già pienamente operativa, non è un semplice modulo accessorio ma costituisce il nucleo del sistema aziendale, distinguendosi nel panorama competitivo per ampiezza di copertura funzionale e apertura commerciale (modello SaaS attivo). L'intelligenza artificiale non viene impiegata solo a supporto delle interazioni utente, della personalizzazione o del pricing, come avviene in molte realtà, ma governa l'intero ciclo produttivo del pacchetto turistico: digitalizzazione dei contenuti, generazione dinamica dell'offerta, pricing, gestione automatizzata dei fornitori, strumenti conversazionali, avatar AI, Trip Builder, CRM integrato, licensing software e distribuzione white-label.

Tale impostazione consente una gestione scalabile, multicanale e nativamente integrata, supportata da un patrimonio dati proprietario accumulato in oltre vent'anni di attività. I benefici economici sono già evidenti: l'introduzione del modulo Trip Builder, seppur in parti ancora limitate dell'intero modello di business, consente già di apprezzare la riduzione significativa dei tempi di elaborazione delle pratiche, l'aumento della capacità commerciale degli operatori, il miglioramento dei tassi di conversione e la crescita del valore medio per prenotazione, con **effetti positivi diretti sui KPI consolidati al 30 giugno 2025, non sottoposti a revisione contabile, esaminati in data odierna dal Consiglio di Amministrazione della Società**. È previsto, in un prossimo futuro, una completa estensione di tale innovazione tecnologica sull'intero perimetro del business con impatti decisivi sia in termini di efficienza, sia di distintività dell'offerta commerciale.

Nonostante i primi sei mesi dell'anno siano stati caratterizzati da importanti complessità geopolitiche – dai conflitti in Ucraina e Medio Oriente alla politica americana sui dazi che ha indebolito il dollaro compromettendo la spesa degli Statunitensi anche nel settore del turismo verso l'Europa – il Gruppo è riuscito a mantenere la rotta, intrapresa ormai da oltre tre anni, di **una importante e costante crescita del Gross Travel Value (GTV), che si attesta a 37,5 mln euro, +17,8% rispetto a 31,9 mln euro nel primo semestre 2024**. L'incremento prosegue in modo solido sui mercati strategici, presidiati da una rete commerciale strutturata e altamente specializzata, sia in-house che on-site. Tra le aree geografiche con le performance più rilevanti si segnalano l'Europa, il Sud America, l'Asia Pacifico e l'Oceania.

I risultati confermano l'efficacia della strategia multi-brand e multicanale adottata dal Gruppo, con tutti i marchi e canali B2B in crescita rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente e una performance positiva anche per la maggior parte dei brand e canali B2C. Nel dettaglio, il **canale B2B** registra un GTV di **32,3 mln euro, +18,4%** rispetto a 27,3 mln euro del primo semestre 2024, mentre il **canale B2C** si attesta a **5,2 mln euro, +14,2%** rispetto a 4,6 mln euro dello stesso periodo del 2024.

Il **Margine di Intermediazione** raggiunge i 4,1 mln euro, +20,2% rispetto a 3,4 mln euro nel primo semestre 2024.

Dina Ravera, Presidente: *"In occasione dell'XI Edizione del Meet Forum - Stati Generali del Turismo Sostenibile, svoltasi a Roma lo scorso 29 giugno, che ha visto la partecipazione del Ministro del Turismo e di tutti i ministeri coinvolti nel rilancio del Made in Italy nel mondo, delle associazioni e degli imprenditori di settore, siamo stati esortati a continuare il nostro fondamentale contributo alla costruzione di un'Industria del Turismo incoming italiano all'altezza delle potenzialità del Paese. Nel contesto attuale, in cui il mercato premia i modelli in grado di combinare innovazione, efficienza e impatto, Destination Italia si propone come piattaforma infrastrutturale capace di trasformare borghi e aree a bassa attrattività in nuove destinazioni turistiche, attraverso un processo strutturato che unisce contenuti locali autentici, tecnologia proprietaria e distribuzione globale. La nostra dimensione internazionale è al servizio della valorizzazione territoriale: intercettiamo una domanda di esperienze autentiche e supportiamo l'equilibrio tra domanda e capacità ricettiva delle destinazioni, mirando alla destagionalizzazione, alla deconcentrazione dei flussi turistici e alla valorizzazione delle aree meno conosciute del Paese."*

Dal secondo semestre del 2024, l'infrastruttura Hubcore.AI è disponibile a terzi attraverso un modello SaaS a licenza, aprendo una nuova linea di business a ricavi ricorrenti e posizionando Destination Italia tra i futuri protagonisti del mercato globale dei DMS (*Destination Management System*). Questo passaggio strategico è coerente con la visione internazionale della società, che ha già avviato l'estensione del proprio modello in mercati come la Turchia e la Grecia, con una roadmap definita per il presidio di altre destinazioni nel bacino del Mediterraneo. L'apertura di sedi operative a New York e Shanghai testimonia la capacità di Destination Italia di scalare senza duplicare costi fissi, grazie a una tecnologia nativamente pronta per l'internazionalizzazione.

Comunicato disponibile su www.destinationitaliagroup.com e su www.1info.it

Destination Italia S.p.A. - società capofila dell'omonimo Gruppo che opera nel turismo di fascia alta - è la principale GLocal 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, 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 50,6% del capitale sociale di Il mio viaggio in Sicilia S.r.l. ("Empeeria") e 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, 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

Contatti:

DESTINATION ITALIA S.p.A.

Investor Relations Manager

Andrea Macchione

Tel. +39 06 62287965

andrea.macchione@destinationitalia.com

INTEGRAE SIM S.p.A.

Euronext Growth Advisor & Specialist

Piazza Castello, 24, 20121 Milano

Tel.+39 02 80506160

IR TOP S.r.l.

Media Relations Advisor

Domenico Gentile, Antonio Buoizzi

Tel. +02.45473884

ufficiostampa@irtop.com