

COMUNICATO STAMPA

DESTINATION ITALIA TRA I PROTAGONISTI DEL TTG TRAVEL EXPERIENCE 2025: IL GRUPPO, GUIDATO DA DINA RAVERA, PORTA AL CENTRO DEL CONFRONTO NAZIONALE I TEMI DI INNOVAZIONE, INCLUSIONE E SOSTENIBILITÀ

Milano, 17 ottobre 2025 – Anche quest’anno **Destination Italia Group** è stata **tra i protagonisti** del **TTG Travel Experience 2025 - Italian Exhibition Group Expo**, svoltosi alla **Fiera di Rimini dall’8 al 10 ottobre**. In occasione della 62^a Edizione della principale manifestazione italiana dedicata alla promozione del turismo mondiale, il team di sales and marketing, inclusi i product manager nazionali e locali, ha incontrato partner e buyer presso lo Stand del Gruppo, condividendo progetti, instaurando relazioni per accelerare la crescita del business e partecipando ad eventi esclusivi per scoprire le ultime tendenze di mercato, così anticipare le esigenze della clientela.

Quest’anno **Destination Italia Group** ha scelto di presentarsi al TTG con il claim **“Vicini all’Italia autentica, aperti al mondo”**, una sintesi della propria identità e della sua missione: valorizzare il turismo incoming in Italia mettendo al centro l’esperienza genuina dei territori e, al tempo stesso, mantenendo una visione internazionale e innovativa, capace di dialogare con i mercati globali.

L’edizione del TTG di quest’anno ha posto al centro dell’agenda i temi dell’Innovazione, Inclusione e Sostenibilità, motori del cambiamento nel mondo del turismo, scegliendo come filo conduttore il claim **“AWAKE - To a New Era”**: un momento di risveglio collettivo in un’epoca ricca di novità. Il Gruppo Destination Italia ha accolto il messaggio evidenziando che stiamo vivendo una fase in cui *“Occorre governare i processi considerando un contesto globale caratterizzato da un’accelerazione di cambiamenti economici, tensioni geopolitiche, temi sociali urgenti da affrontare e la presenza dell’Intelligenza Artificiale nelle decisioni e nelle attività delle imprese”*, come spiega **Dina Ravera, Presidente di Destination Italia Group**, che aggiunge come *“in questo scenario, il turismo Incoming è chiamato a ripensare se stesso e a misurare con rapidità il proprio impatto sul territorio italiano, costruendo valore basato sull’equilibrio tra tecnologia, relazioni umane e sostenibilità”*.

Durante l’evento, la Presidente del Gruppo ha preso parte ai seguenti incontri di rilievo:

- 8 ottobre | “Quello che l’AI non sa fare: due visioni a confronto nel turismo organizzato” in cui ha sottolineato l’importanza di trovare un equilibrio tra intelligenza artificiale e umanità, ricordando che *“la vera innovazione passa anche dalla capacità di restare umani”*.
- 8 ottobre | “Cammini e Genius Loci” nel quale è emerso come i cammini hanno vissuto una profonda evoluzione, diventando protagonisti di un nuovo modo di viaggiare: il turismo lento. E che questa nuova forma di turismo crea impatto sostenibile sull’economia e sull’ecosistema sociale valorizzando stili di vita, le tradizioni e le comunità locali.
- 9 ottobre | “Più turismo per tutti? Un dialogo sulla nuova era del viaggio”, nel dialogo con esperti e influencer del turismo, ha evidenziato come il turismo possa essere una pratica culturale e sociale, non solo economica: un laboratorio di convivenza e crescita condivisa.
- 9 ottobre | “Direttiva pacchetti: l’inizio di una nuova era?”, nel confronto con i principali operatori del settore, ha ribadito la necessità di una normativa europea chiara e bilanciata, che tuteli i consumatori e sostenga la competitività dei tour operator.

Tra i progetti presentati dal team di **Hubcore.ai** in fiera, le tre linee della piattaforma – **TripBuilder, TravelHUB** ed **ExperienceHUB** – hanno suscitato grande interesse tra Tour Operator Incoming, DMC e DMO provenienti da tutta Italia. L'ottima affluenza registrata allo stand ha confermato il forte appeal delle soluzioni Hubcore.ai, pensate per digitalizzare, gestire e distribuire l'offerta turistica in modo integrato e scalabile. Durante la manifestazione sono stati inoltre siglati diversi accordi commerciali, a testimonianza della concreta risposta del mercato alle tecnologie che Hubcore.ai mette a disposizione per valorizzare la componente umana attraverso l'intelligenza artificiale, automatizzando processi come la creazione di itinerari e preventivi e migliorando al tempo stesso efficienza e personalizzazione.

Inoltre, è stato lanciato il progetto **Destination Consulting Hub** - vicini ai territori, connessi al mondo - che grazie al know how, alla piattaforma hubcore.ai, alla rete distribuzione articolata B2B, B2C e B2B2C riesce a valorizzare le destinazioni attraverso la digitalizzazione dell'offerta autentica locale. Il sistema consente di mappare e promuovere gli attrattori culturali, naturalistici ed esperienziali di ogni area, rendendoli accessibili e fruibili tramite una distribuzione integrata. Questo approccio, attraverso una connessione diretta tra territori e mercati, favorisce la creazione di soluzioni di viaggio maggiormente capaci di creare flussi turistici nelle destinazioni, nel rispetto delle identità locali.

Il presidio locale di Destination Italia si è ulteriormente rafforzato:

- il team Prodotto di Destination Italia ha incontrato oltre 1.000 partner, tra fornitori di servizi, esperienze e strutture ricettive distribuite su tutto il territorio nazionale. Un'attività capillare che testimonia il forte presidio locale dell'azienda e il suo impegno costante nella valorizzazione delle destinazioni italiane.
- Parallelamente, il team Sales ha consolidato le relazioni con partner storici e avviato nuove collaborazioni strategiche, grazie alla capacità distintiva di Destination Italia di proporre una collezione curata di esperienze autentiche e hotel selezionati, in linea con le esigenze del mercato internazionale.

Presente allo stand Destination Italia anche la rete nazionale dei **Destination Local Expert** con Regional Manager e Local Expert, disponibili a incontrare operatori e professionisti interessati a entrare a far parte del network; la rete è oggi una realtà consolidata con 54 professionisti attivi in diverse regioni italiane e rappresenta un tassello strategico nella valorizzazione dei borghi dell'Italia, contribuendo a trasformare mete ad alto potenziale ma ancora poco conosciute in destinazioni autentiche, sostenibili e capaci di offrire esperienze in armonia con il patrimonio culturale e naturale locale. La missione è ideare e sviluppare nuove esperienze di viaggio da proporre ai visitatori, favorendo una crescita turistica equilibrata e di qualità.

Il presente comunicato è messo a disposizione del pubblico sul sito web della Società www.destinationitaliagroup.com, sezione Investitori/Comunicati/Comunicati corporate.

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

Contatti:

DESTINATION ITALIA S.p.A.

Investor Relations Manager

Andrea Macchione

Tel. +39 06 62287965

andrea.macchione@destinationitalia.com

IR TOP S.r.l.

Media Relations Advisor

Domenico Gentile, Antonio Buozi

Tel. +02.45473884

ufficiostampa@irtop.com

Corso Venezia 16, 20121 Milano

Tel. +39 06 62287965

andrea.macchione@destinationitalia.com

Tel.+39 02 306 61 270