

Bilancio di Sostenibilità

2025

(1) Introduzione

Messaggio dalla Presidente	5
Highlights al 2025	6
About Destination Italia Group	7
I nostri Valori	8

(3) Business Model & Strategy

Il modello di Business e la Catena del Valore	14
Sviluppo della Sostenibilità nella strategia di Gruppo	15

(5) Environmental Responsibility

Impatti Ambientali & Climate Strategy	22
Rigenerazione dei Borghi e Sviluppo Territoriale	23
Innovazione e Digitalizzazione	24
Destination Consulting Firm	25

(2) ESG Performance, Targets & Metrics

ESG Roadmap	10
Analisi di materialità	11
Certificazioni e Riconoscimenti	12

(4) Governance & Risk Management

Corporate Governance	17
La Gestione del Rischio	18
Risultati Economici di Gruppo	19
Valore distribuito agli Stakeholder	20

(6) Social Responsibility

Capitale Umano	27
Benessere, Inclusione e Sicurezza	28
Eccellenza del Servizio & Qualità percepita	29
Comunità e Impatto sul Territorio	30
Azioni per la Promozione del Turismo Sostenibile	31



INDICE



01

Introduzione

Messaggio dalla Presidente

Highlights al 2025

About Destination Italia

I nostri Valori



About this Report

Report Overview

Il presente documento costituisce il secondo Report di Sostenibilità pubblicato da Destination Italia S.p.A.. Redatto su base volontaria, in un'ottica di trasparenza verso il mercato e i propri stakeholder, il Report illustra l'approccio della Società ai temi ambientali, sociali e di governance (ESG), nonché le principali iniziative e performance in ambito di sostenibilità.

Perimetro di Rendicontazione

Il Report copre l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2025 e include le attività di Destination Italia S.p.A. e delle società rientranti nel perimetro di consolidamento del Gruppo. Eventuali informazioni riferite a periodi o ambiti diversi sono opportunamente evidenziate nelle relative sezioni.

Principi di Redazione

Il Report è stato predisposto in coerenza con le migliori prassi di mercato e con riferimento ai principali standard internazionali in materia ESG, ove applicabili, tenendo conto delle caratteristiche dimensionali e organizzative della Società.

La redazione si è basata su un processo strutturato che ha incluso: (i) l'identificazione e l'analisi dei principali temi di sostenibilità rilevanti per il business; (ii) il coinvolgimento delle principali funzioni aziendali; (iii) la raccolta e validazione dei dati disponibili e (iv) la verifica interna della coerenza e attendibilità delle informazioni riportate.

Il Report si ispira ai seguenti principi: Materialità, Quantificazione, Equilibrio e Coerenza.



Materialità

Sono stati identificati e valutati i temi ESG maggiormente rilevanti per la Società e per i suoi stakeholder, con particolare attenzione agli impatti economici, ambientali e sociali connessi al modello di business.



Quantificazione

Ove possibile, sono stati utilizzati indicatori misurabili al fine di fornire una rappresentazione oggettiva delle performance.



Equilibrio

Il Report mira a fornire una rappresentazione equilibrata delle iniziative, dei risultati conseguiti e delle aree di miglioramento.



Coerenza

I criteri metodologici adottati consentono la comparabilità delle informazioni nel tempo, compatibilmente con l'evoluzione organizzativa e normativa.

Messaggio dalla Presidente

Cari azionisti, stakeholder e tutti voi che seguite con attenzione il percorso di Destination Italia, il 2025 rappresenta per il nostro Gruppo un anno di grande evoluzione e consolidamento strategico. Dopo gli importanti investimenti realizzati negli anni precedenti, raccogliamo oggi i primi risultati di un percorso orientato alla crescita internazionale, all'innovazione tecnologica e alla valorizzazione dell'offerta turistica italiana nel mondo.

Sono particolarmente soddisfatta dei risultati conseguiti, non solo in termini economici ma anche per la solidità del modello industriale costruito. I principali indicatori confermano un andamento positivo e coerente con gli obiettivi del piano strategico, evidenziando un **modello di business resiliente e sostenibile, capace di adattarsi a un contesto complesso sia a livello tecnologico che geopolitico**.

Nel corso dell'anno abbiamo continuato a sviluppare le direttrici fondamentali del nostro piano industriale: il rafforzamento dell'infrastruttura tecnologica proprietaria, l'integrazione delle società entrate nel Gruppo e il consolidamento della presenza nei mercati internazionali più strategici, in particolare Nord America e Asia-Pacifico.

Un passaggio particolarmente significativo nel nostro percorso di internazionalizzazione è rappresentato dall'apertura della nuova sede commerciale di Shanghai, che consente al Gruppo di presidiare direttamente il mercato dell'Asia-Pacifico, uno dei più promettenti per il turismo di alta gamma verso l'Italia. Dopo il successo della corporation americana con sede a New York, la presenza diretta in Cina rappresenta un ulteriore passo verso la costruzione di un operatore globale dell'incoming turistico italiano, **multi-country e multi-canale**.

La nostra strategia si fonda su un approccio **destination driven**, sostenuto da una tecnologia proprietaria che consente di industrializzare i processi di costruzione del prodotto turistico e di distribuirlo su scala internazionale. In questo contesto, la piattaforma **HubCore.AI** rappresenta il nucleo tecnologico del nostro modello di business.

HubCore.AI non è solo uno strumento di supporto, ma una vera infrastruttura industriale che integra l'intelligenza artificiale in tutte le fasi del ciclo produttivo del pacchetto turistico: dalla digitalizzazione dei contenuti alla generazione dinamica dell'offerta, dal pricing alla gestione dei fornitori, fino agli strumenti conversazionali, agli avatar AI, al Trip Builder e alla distribuzione white-label. Questo modello consente di aumentare la scalabilità del business, migliorare l'efficienza operativa e supportare la crescita del valore medio delle prenotazioni.

I primi risultati di questa trasformazione sono già evidenti: l'introduzione del Trip Builder, pur ancora in fase di progressiva estensione, ha già consentito una significativa riduzione dei tempi di elaborazione delle pratiche, un aumento della capacità commerciale degli operatori e un miglioramento dei tassi di conversione.

Parallelamente, continuiamo a sviluppare il nostro ecosistema di brand e contenuti territoriali. Il progetto **Destination Local Expert** e la valorizzazione del brand del Gruppo, tra cui Charming Italy, confermano la volontà di combinare l'autenticità dell'esperienza locale con strumenti tecnologici avanzati, secondo il modello di **"Glocal Travel Tech"** che guida la nostra strategia.

La sostenibilità rappresenta uno dei pilastri fondamentali del nostro percorso di crescita. Anche quest'anno pubblichiamo il nostro Bilancio di sostenibilità, con l'obiettivo di rendicontare in modo sempre più trasparente l'impatto economico, sociale e ambientale delle nostre attività. Nel corso dell'anno abbiamo inoltre proseguito il percorso di confronto e collaborazione con il sistema turistico nazionale attraverso il Meet Forum – Stati Generali del Turismo Sostenibile.

Il 2025 si configura quindi come un anno di consolidamento e accelerazione. Il nostro modello multicanale e multi-brand, supportato da una piattaforma tecnologica proprietaria e da una crescente presenza internazionale, ci consente di affrontare con fiducia le sfide e le opportunità del mercato globale.

Siamo convinti che il turismo rappresenti una leva strategica per lo sviluppo sostenibile del nostro Paese. Il nostro obiettivo è contribuire a valorizzare l'Italia nel mondo, generando al tempo stesso valore per gli azionisti, opportunità per i territori e nuove prospettive di crescita per l'intero ecosistema turistico.

Con impegno, visione e spirito di squadra continueremo a lavorare per trasformare il modello di **Glocal Travel Tech** in un riferimento per il turismo del futuro: più innovativo, più sostenibile e sempre più internazionale.



Dina Ravera

Presidente di Destination Italia S.p.A.

FY25 Highlights

 **69,2M €**

VdP Consolidato FY25

 **350mila**

Presenze generate

 **1.200**

Agenzie e tour operator partner

 **120** source markets

North America 30%
Europe 30%
Asia 20%
Latam 10%
Italia 10%

 **2500**

Fornitori diretti attivi sul territorio

 **160**

Dipendenti

TOP 10 REGIONI 2025

Regione	%
Lazio	19,9%
Veneto	15,9%
Toscana	11,1%
Campania	11,0%
Lombardia	9,8%
Sicilia	6,9%
Sardegna	5,8%
Puglia	4,0%
Liguria	3,3%
Trentino-Alto Adige	1,0%
Emilia Romagna	0,9%

*Della domanda complessiva dei viaggiatori

About Destination Italia

Fondata nel **settembre 2016**, Destination Italia Group nasce come **travel tech company** con l'ambizione di rivoluzionare l'esperienza turistica in Italia attraverso un'offerta su misura per una clientela di fascia alta. Nel corso degli anni, il Gruppo si è affermato come **operatore di riferimento nell'incoming**, offrendo esperienze autentiche e personalizzate a viaggiatori provenienti da tutto il mondo. Pur mantenendo salda la propria vocazione B2B nei segmenti **Luxury & High-End**, nel 2023 ha ampliato il proprio raggio d'azione al B2C, grazie all'integrazione di portali e-commerce quali **Portale Sardegna** e **Charming**.

Nel **2025** il Gruppo ha rafforzato il proprio percorso di internazionalizzazione attraverso il progetto strategico «destination driven», supportato da una piattaforma tecnologica proprietaria per l'industrializzazione dei processi di costruzione e distribuzione dei prodotti turistici su scala globale. In tale contesto si inserisce la costituzione della **Shanghai Yuanlan Zhi Marketing Co., Ltd.** e l'apertura della sede commerciale di Shanghai, hub strategico per il presidio dell'area APAC, a completamento del consolidamento negli Stati Uniti attraverso la Corporation di New York.

L'attenzione al territorio, l'impegno verso la responsabilità ambientale, sociale ed economica e una visione integrata del turismo quale motore di valorizzazione culturale continuano a rappresentare i pilastri strategici del Gruppo. In questa direzione si inserisce anche la nuova progettualità dedicata alla **valorizzazione dei territori minori in collaborazione con enti pubblici e amministrazioni locali**, con l'obiettivo di sviluppare un modello di ospitalità diffusa a impatto positivo sulle economie locali.

Destination Italia si consolida così come **operatore globale del turismo inbound multi-gamma, multi-canale e multi-country**, interlocutore di riferimento per la promozione del Sistema Italia sui mercati internazionali, capace di generare valore sostenibile e misurabile per tutti gli stakeholder.



I Nostri Valori

Principi di sostenibilità che guidano le scelte quotidiane, il modo di lavorare e la qualità dell'esperienza offerta.



Innovazione

Investiamo in tecnologia proprietaria e nell'integrazione di servizi per rendere i processi più efficienti e scalabili.

Soluzioni digitali e dati a supporto del travel.
Approccio "human + tech" per esperienze fluide.
Sviluppo continuo di canali e partnership.



Affidabilità

Operiamo con standard elevati, trasparenza e controllo della qualità lungo tutta la filiera.

Partner selezionati e servizi curati.
Processi strutturati e misurabili.
Focus su eccellenza e continuità.



Centralità degli Stakeholder

Promuoviamo accessibilità, collaborazione e coinvolgimento degli stakeholder nei territori.

Relazioni con comunità, istituzioni e operatori.
Valorizzazione delle identità locali.
Esperienze autentiche e rispettose dei luoghi.



Responsabilità

Orientiamo progetti e offerte a un impatto positivo e duraturo, integrando criteri ESG.

Approccio in linea con iniziative come MEET Forum.
Promozione di pratiche responsabili e dialogo.
Valorizzazione di borghi e patrimoni.



Qualità dell'esperienza

Mettiamo al centro l'eccellenza del servizio e la cura dei dettagli, dal design del viaggio all'assistenza.

Personalizzazione per esigenze premium.
Selezione di esperienze uniche e autentiche.
Attenzione alla customer journey end-to-end.



Radicamento nei territori

Collaboriamo con imprenditori locali e network di esperti per generare valore e proteggere il patrimonio.

Presidio locale e orientamento al viaggiatore.
Supporto a progettualità e valorizzazione.
Connessione tra offerta e domanda internazionale.



02

ESG Performance, Targets & Metrics

ESG Roadmap

Analisi di materialità

Certificazioni e Riconoscimenti



ESG Roadmap

Gli obiettivi e le strategie di sostenibilità del Gruppo Destination Italia sono definiti in linea con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) stabiliti dall'Assemblea Generale delle Nazioni Unite e riguardano obiettivi di carattere ambientale, sociale e di governance, a medio e lungo termine, con lo scopo di creare valore condiviso nelle comunità in cui il Gruppo è presente.

OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE



Responsabilità	UN SDGs	Tematica Materiale & Correlazione con gli Obiettivi			Applicazione nel Gruppo
Ambientale	 	Consumi Energetici	Gestione dei Rifiuti	Cambiamento Climatico	<ul style="list-style-type: none"> Consumi Energetici: monitoraggio e ottimizzazione dei consumi nelle sedi operative, con focus sull'efficienza energetica e l'adozione di fonti rinnovabili (SDG 3 / 12 / 13) Gestione dei Rifiuti: riduzione e differenziazione dei rifiuti prodotti nelle sedi operative, favorendo il riciclo e minimizzando i materiali di scarto (SDG 3 / 6 / 8 / 12) Cambiamento Climatico: contenimento delle emissioni di CO₂ attraverso scelte operative responsabili e supporto a iniziative di tutela degli ecosistemi naturali (SDG 3 / 12 / 13 / 14 / 15)
Sociale	 	Rigenerazione dei Territori	Coinvolgimento delle comunità locali	Centralità del Cliente Gestione e Sviluppo del capitale Umano	<ul style="list-style-type: none"> Rigenerazione dei territori: valorizzazione delle destinazioni attraverso modelli di turismo sostenibile, supporto alle economie locali e promozione del patrimonio (SDG 8/11/13/17) Coinvolgimento delle comunità locali: sviluppo di partnership con operatori locali e integrazione delle comunità nelle esperienze turistiche offerte (SDG 4/8/10/11/17) Centralità del Cliente: progettazione di esperienze personalizzate e di alta qualità, con attenzione alla sicurezza, accessibilità e soddisfazione del cliente (SDG 16/9/11) Gestione e Sviluppo del capitale Umano: valorizzazione delle competenze, formazione continua e promozione di un ambiente di lavoro inclusivo (SDG 4/5/8/10)
Governance	 	Condotta aziendale ed etica	Performance Economica	Trasformazione Digitale	<ul style="list-style-type: none"> Condotta aziendale ed etica: adozione di principi di integrità, trasparenza e conformità normativa, con sistemi di controllo e gestione dei rischi (SDG 5/16) Performance Economica: creazione di valore sostenibile nel lungo periodo attraverso una gestione efficiente delle risorse e un modello di business scalabile (SDG 8/9) Trasformazione Digitale: sviluppo e utilizzo di piattaforme tecnologiche proprietarie per migliorare efficienza operativa (SDG 8/9/12)

Analisi di Materialità

L'analisi di materialità rappresenta un passaggio fondamentale per allineare la strategia del Gruppo Destination Italia ai principi di sostenibilità e alle aspettative dei propri stakeholder. Nel corso dell'anno di rendicontazione il Gruppo ha aggiornato la propria analisi dei temi materiali in conformità alle linee guida della **Global Reporting Initiative (GRI)**, applicabili ai report pubblicati a partire dal 1° gennaio 2023.

L'obiettivo dell'analisi è stato identificare gli impatti più significativi generati dalle attività del Gruppo, considerando sia la prospettiva aziendale sia quella degli stakeholder interni ed esterni, nel contesto del turismo incoming in Italia.

L'analisi ha preso in esame l'insieme delle attività del Gruppo e delle sue relazioni di business, con particolare attenzione ai servizi tecnologici per il turismo e allo sviluppo delle destinazioni italiane. Sono stati valutati gli impatti economici, ambientali e sociali generati dal Gruppo, inclusi quelli legati **allo sviluppo dei territori, alla tutela dell'ambiente, al coinvolgimento delle comunità locali e alla promozione di pratiche turistiche sostenibili.**

Parallelamente è stata condotta un'analisi delle pratiche interne adottate dal Gruppo per mitigare i rischi e rafforzare gli impatti positivi, con particolare riferimento alla **rigenerazione dei territori, alla digitalizzazione dei servizi, alla sicurezza dei viaggiatori e alla valorizzazione del capitale umano.**

Il processo di stakeholder engagement è stato realizzato tramite un **questionario rivolto alle principali categorie di stakeholder**, tra cui dipendenti, top management, istituzioni pubbliche, clienti, partner tecnologici, fornitori, investitori e comunità territoriali. Le risposte raccolte hanno consentito di classificare i temi di sostenibilità in ordine di rilevanza e di aggiornare la lista delle tematiche materiali del Gruppo.

Tematiche prioritarie emerse



Centralità del Cliente



Rigenerazione dei Territori



Coinvolgimento delle Comunità Locali













Trasformazione Digitale

- **Centralità del Cliente:** garanzia di elevati standard di qualità, sicurezza e affidabilità nei servizi offerti ai viaggiatori.
- **Rigenerazione dei Territori:** valorizzazione delle destinazioni italiane meno battute e promozione di modelli di turismo sostenibile in grado di generare benefici economici diffusi sui territori.
- **Coinvolgimento delle Comunità Locali:** promozione dello sviluppo sostenibile dei territori attraverso il coinvolgimento attivo delle comunità locali e degli stakeholder.
- **Trasformazione Digitale:** sviluppo di soluzioni tecnologiche e digitalizzazione dei servizi turistici per migliorare l'esperienza dei viaggiatori e rafforzare la competitività del settore.



Le Certificazioni e i Riconoscimenti

Categoria	Denominazione	Significato	KPI ESG Raggiunto
Certificazione	 UNI/PdR 125:2022 – Parità di Genere (rating 86,75/100)	Certifica l'adozione di un sistema di gestione orientato a equità, inclusione e parità di genere in azienda.	Rafforzata la credibilità ESG, supportata attraction/retention dei talenti e allineato il Gruppo alle best practice su diversity & inclusion.
Riconoscimento	 Travelife Partner – Committed to Sustainability	Riconoscimento internazionale per operatori turistici che adottano pratiche etiche, responsabili e sostenibili lungo la filiera.	Qualificato il posizionamento del Gruppo nel turismo sostenibile e rafforzata la reputazione presso partner e clientela internazionale.
Certificazione	 SMS – Safety Management System (Hotel Check)	Attesta l'adozione di un sistema strutturato e proattivo di gestione dei rischi legati alla sicurezza nei servizi turistici.	Migliorati risk management e quality assurance, ridotti i rischi operativi e tutelata l'esperienza del viaggiatore.
Partnership commerciale	 SmartFlyer Luxury Travel – Preferred onsite Partner	Inserimento in una rete USA che seleziona fornitori in base a standard qualitativi rigorosi (turismo luxury).	Aumentata la visibilità e l'accesso al canale trade luxury e ultraluxury; abilitate opportunità B2B con advisor internazionali.
Partnership commerciale	 Trailfinders – Preferred onsite Partner	Inserimento in una rete di agenzie UK che seleziona fornitori in base a standard qualitativi rigorosi (turismo premium luxury).	Aumentata la visibilità e l'accesso al canale trade premium luxury
Partnership commerciale	 Fora Travel – Preferred onsite Partner	Inserimento in una rete USA che seleziona fornitori in base a standard qualitativi rigorosi (turismo luxury).	Aumentata la visibilità e l'accesso al canale trade luxury e ultraluxury;
Partnership commerciale	 Internova Select – In-Country Partner	Inserimento in una rete USA che seleziona fornitori in base a standard qualitativi rigorosi (turismo luxury).	Rafforzato il posizionamento luxury di SONO, aumentata l'autorevolezza e il referral su clientela HNWI. Abilitate opportunità B2B con advisor internazionali.
Network Directory Luxury	 XO Private (directory)	Directory che rappresenta specialisti di esperienze di viaggio high-end; SONO Travel Club è associata e presente come Destination Master.	Rafforzato il posizionamento luxury di SONO, aumentata l'autorevolezza e il referral su clientela HNWI. Abilitate opportunità B2B con advisor internazionali.
Associazione	 AssoNEXT	Associazione che rappresenta PMI quotate e promuove cultura dell'investimento responsabile e buone pratiche di governance e trasparenza.	Allineati alle best practice di governance, trasparenza e gestione del rischio; supportato l'ecosistema EGM.
Associazione	 FTO – Federazione Turismo Organizzato	Promuove buone pratiche di sostenibilità nel turismo, innovazione e formazione; attenzione a diritti dei lavoratori e sicurezza.	Rafforzato il presidio di compliance/qualità nella filiera e consolidato il posizionamento come operatore responsabile.



03

Business Model & Strategy

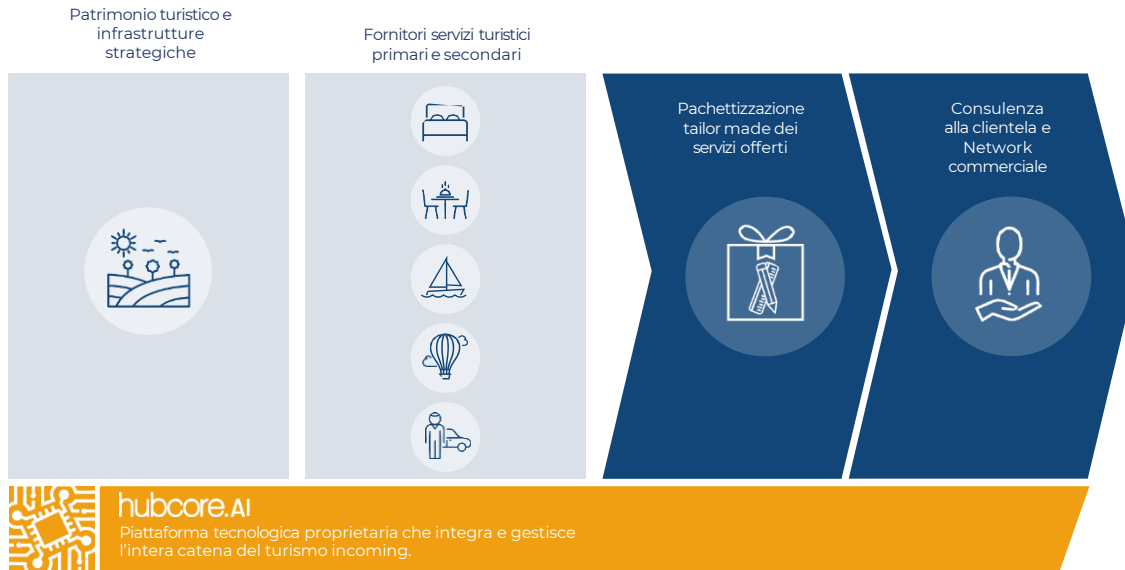
Il modello di business e la catena del valore
Sviluppo della Sostenibilità nella strategia di
Gruppo



Il Modello di Business e la Catena di Valore

Il modello di business di Destination Italia si basa su un approccio integrato e sostenibile che combina innovazione tecnologica, valorizzazione dei territori e sviluppo economico inclusivo. **In linea con i principi ESG, il Gruppo promuove un turismo responsabile capace di generare valore nel tempo per viaggiatori, imprese turistiche e comunità locali.** Attraverso un'offerta operativa tutto l'anno, anche in destinazioni meno conosciute ma ad alto valore culturale e ambientale, contribuisce allo sviluppo di un ecosistema turistico più equilibrato, resiliente e competitivo, in linea con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite.

IL PROCESSO DI CREAZIONE DI VALORE



I TRE PILASTRI DEL BUSINESS MODEL

Rete di Local Expert

Consulenti turistici territoriali che progettano esperienze autentiche e valorizzano le destinazioni locali.

Piattaforma tecnologica proprietaria

Tecnologia scalabile che integra domanda internazionale e offerta locale, migliorando efficienza operativa e distribuzione.

Rete di Local Ambassador

Network commerciale internazionale che promuove il prodotto turistico italiano nei principali mercati esteri.

ECOSISTEMA DI STAKEHOLDER



Sviluppo della Sostenibilità nella strategia di Gruppo

Il progetto strategico di Destination Italia **mira al consolidamento di un modello di business innovativo** e distintivo nel panorama competitivo internazionale: **“The First Glocal Travel Tech”**. Questo approccio integra contenuti turistici locali, una rete di esperti territoriali e una piattaforma tecnologica proprietaria ad alto livello di automazione. La piattaforma consente una gestione integrata End-to-End e l’accesso ai mercati globali tramite una strategia distributiva multi-canale, configurandosi come un modello unico nel turismo incoming.

Linee Guida della Strategia di Crescita

L’attuazione della strategia di crescita organica si articola in cinque direttrici principali:

1. Tecnologia End-to-End: dal territorio ai mercati internazionali

La piattaforma proprietaria Hubcore.AI rappresenta l’infrastruttura tecnologica centrale del Gruppo. Grazie alla sua scalabilità e replicabilità, si configura tra i più avanzati DMS europei. Dotata di strumenti basati su intelligenza artificiale, consente una gestione ottimizzata dei contenuti turistici e una maggiore efficienza operativa nella creazione, aggiornamento e promozione delle esperienze di viaggio.

2. Destination-Driven Approach

In contrapposizione al modello standardizzato delle grandi OTA, **il Gruppo adotta un approccio basato sull’identità dei territori**. Destination Italia valorizza il patrimonio locale trasformandolo in esperienze ad alto valore aggiunto. Questo modello si traduce anche in progetti di rigenerazione urbana e ospitalità sostenibile, in collaborazione con investitori del settore Real Estate.

3. Market Global Approach

Destination Italia adotta **una strategia di penetrazione multi-canale per presidiare i mercati internazionali**:

- lancio della piattaforma B2C Charmingitaly.com e sviluppo del canale B2C;
- rafforzamento della presenza commerciale nei principali mercati internazionali (Shanghai, Tokyo, Dubai, San Paolo);
- sviluppo del progetto Local Ambassador, con l’obiettivo di creare una rete globale di promotori locali e rafforzare la distribuzione.



4. ESG Approach

La sostenibilità rappresenta un pilastro strategico per Destination Italia. Le principali direttrici ESG includono:

- valorizzazione delle aree interne e dei borghi con modelli di sviluppo turistico sostenibile;
- riduzione dell’overtourism tramite la promozione di destinazioni alternative;
- diffusione di una cultura della sostenibilità lungo tutta la filiera turistica.

Un’iniziativa chiave è il **MEET Forum – Stati Generali del Turismo**

Sostenibile, laboratorio internazionale dedicato allo sviluppo turistico sostenibile. Il Forum riunisce esperti, istituzioni e stakeholder finanziari per definire strategie di crescita compatibili con criteri ESG per l’Italia e l’area mediterranea.

5. Multi-Destination Strategy

L’adozione di una tecnologia scalabile consente al Gruppo una rapida espansione geografica con investimenti contenuti, favorendo lo sviluppo di un modello integrato a livello internazionale.

In questo contesto **si inseriscono le recenti progettualità avviate con il Marocco, in collaborazione con la Camera di Commercio e l’Ufficio del Turismo**, volte a sviluppare modelli condivisi di valorizzazione territoriale e cooperazione turistica

Il Gruppo guarda con crescente interesse all’intero bacino del Mediterraneo, quale area strategica per l’espansione e la creazione di nuovi flussi turistici, promuovendo sinergie tra destinazioni e favorendo un approccio coordinato e sostenibile. Il network di oltre 1.000 operatori B2B consente di attivare e distribuire queste opportunità attraverso una piattaforma tecnologica unica, garantendo coerenza, efficienza e scalabilità nel modello Glocal.



04

Governance & Risk Management

Corporate Governance

Sistema di Controllo Interno

Gestione dei rischi ESG

Risultati Economici di Gruppo

Valore distribuito agli Stakeholder



Corporate Governance

Il Gruppo Destination Italia adotta un sistema di governance ispirato ai principi di trasparenza, correttezza, sostenibilità e creazione di valore per gli stakeholder, in linea con la normativa vigente e le best practice di mercato. Il modello della Capogruppo si fonda su una struttura organizzativa snella che opera sotto l'egida dagli organi societari: l'Assemblea dei Soci, il Consiglio di Amministrazione, il Collegio Sindacale e la Società di Revisione.

ASSEMBLEA DEI SOCI DELLA CAPOGRUPPO

L'Assemblea rappresenta l'universalità dei soci e costituisce l'organo sovrano della società. È competente a deliberare, in sede ordinaria e straordinaria, sulle materie previste dalla legge e dallo statuto, tra cui l'approvazione del bilancio, la nomina degli organi sociali e la determinazione del numero e della durata in carica degli amministratori.

L'Assemblea si riunisce almeno una volta all'anno per approvare il bilancio e ogni qualvolta il Consiglio di Amministrazione lo ritenga opportuno o quando richiesto dalla legge.

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE DELLA CAPOGRUPPO

Il Consiglio di Amministrazione (**CdA**) è investito dei più ampi poteri per la gestione ordinaria e straordinaria della società. È composto attualmente da cinque membri, eletti mediante voto di lista, per garantire una rappresentanza adeguata anche alle minoranze. È presente un Amministratore Indipendente il quale possiede i requisiti di indipendenza previsti dal Testo Unico della Finanza (TUF).

Le attività del Consiglio includono l'analisi degli scenari di mercato e la valutazione dell'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile della società. Il Consiglio può inoltre istituire al proprio interno Comitati, non obbligatori in società non quotate su mercati regolamentati, ma utili per garantire una gestione conforme ai criteri di buona governance.

Attualmente, il CdA è composto da sei membri:

	Ruolo
Secondina Giulia Ravera	Presidente
Giulio Vallante	Amministratore Delegato
Andrea Macchione	Vicepresidente & AD
Massimiliano Cossu	Amministratore
Daniele Simonetti	Amministratore & CFO
Lamberto Vallarino Gancia	Amministratore Indipendente

Il collegio Sindacale della Capogruppo è composto da tre membri effettivi e due supplenti:

	Ruolo
Stefano Sarubbi	Presidente
Alberto Venturini	Sindaco Effettivo
Roberto Cassader	Sindaco Effettivo
Matteo Quaia	Sindaco Supplente
Eugenio Caposeno	Sindaco Supplente

COLLEGIO SINDACALE DELLA CAPOGRUPPO

Il Collegio Sindacale svolge funzioni di vigilanza sulla gestione societaria, assicurandosi del rispetto delle norme di legge e statutarie, nonché dei principi di corretta amministrazione.

Tutti i componenti possiedono i requisiti di onorabilità, professionalità e indipendenza previsti dalla normativa vigente. Il Collegio è in carica per tre esercizi.

SOCIETÀ DI REVISIONE DELLA CAPOGRUPPO

La revisione legale dei conti è affidata alla società Crowe Bompani SpA, nominata dall'Assemblea degli Azionisti per il triennio 2024-2027. La società di revisione verifica la regolare tenuta della contabilità e l'attendibilità del bilancio d'esercizio, esprimendo una propria relazione al riguardo.

GESTIONE DEI CONFLITTI DI INTERESSE E OPERAZIONI CON PARTI CORRELATE

Destination Italia ha adottato specifiche procedure per la gestione dei conflitti di interesse, in particolare nelle operazioni con parti correlate. Tali operazioni sono sottoposte a un iter autorizzativo che prevede il coinvolgimento del Consiglio di Amministrazione e, in caso di operazioni rilevanti, del Comitato Parti Correlate. È previsto un flusso informativo periodico verso il CdA e il Collegio Sindacale, e viene redatta un'apposita documentazione sulle operazioni rilevanti. Inoltre, in conformità con la regolamentazione AIM Italia, la società ha implementato una policy di internal dealing per garantire la trasparenza delle operazioni finanziarie dei vertici aziendali.

ETICA, SOSTENIBILITÀ E PARI OPPORTUNITÀ

La governance di Destination Italia è rafforzata da un forte impegno verso i valori ESG. La società ha adottato un Codice Etico vincolante per tutte le società del Gruppo, che promuove principi di integrità, responsabilità e legalità. Nel 2023 è stata implementata una procedura di whistleblowing conforme al D.lgs. 24/2023, con un canale di segnalazione presidiato da un soggetto esterno.

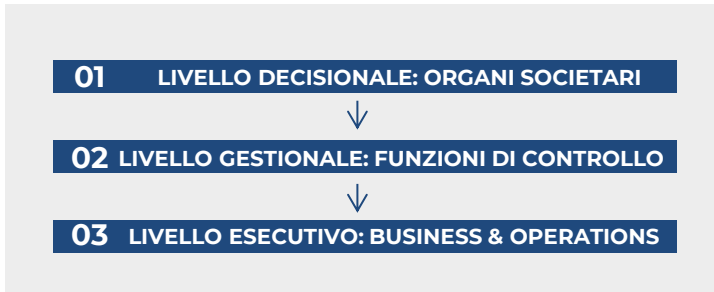
Destination Italia ha ottenuto inoltre la certificazione UNI/ PdR 1252022 per la parità di genere, con un punteggio di 86,75/100, confermando l'impegno verso un ambiente lavorativo inclusivo, equo e meritocratico.



La Gestione del Rischio

Il Gruppo Destination Italia adotta un approccio integrato alla gestione del rischio per supportare continuità operativa, solidità finanziaria e obiettivi di sostenibilità. I rischi vengono identificati, valutati e monitorati con presidi di governance e meccanismi di mitigazione lungo la catena del valore, includendo i rischi ESG.

Struttura di Governance



La gestione dei rischi del Gruppo Destination Italia si basa su una struttura articolata su tre livelli – decisionale, gestionale ed esecutivo – volta a garantire un presidio efficace dei rischi e l'allineamento con gli obiettivi strategici, operativi e di sostenibilità del Gruppo.

- **Livello decisionale - Organi societari:** gli organi societari definiscono gli indirizzi strategici e gli obiettivi di gestione dei rischi, supervisionando l'efficacia del sistema di controllo interno e assicurando il presidio dei principali rischi aziendali, anche in relazione alle tematiche ESG.
- **Livello gestionale - Funzioni di controllo:** le funzioni di controllo coordinano policy, monitoraggio e reporting dei rischi, garantendo la corretta applicazione delle procedure aziendali e la conformità ai requisiti normativi e agli standard ESG.
- **Livello esecutivo - Business & Operations:** le funzioni operative implementano le azioni di mitigazione e i controlli sui processi aziendali, sui fornitori e sulle transazioni operative.

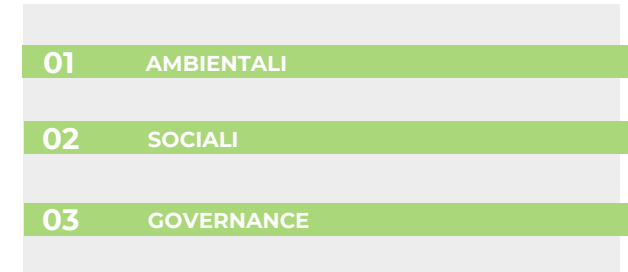
In questo contesto, le unità operative identificano e valutano i principali rischi aziendali e adottano le relative misure di mitigazione. Le funzioni trasversali supportano l'operatività tramite procedure e attività di compliance, mentre le attività di audit e verifica monitorano l'efficacia dei controlli e promuovono il miglioramento continuo del sistema di gestione dei rischi.

Principali Rischi Finanziari



Il Gruppo Destination Italia è esposto a diversi rischi finanziari, tra cui il **rischio di liquidità**, il **rischio di credito**, il **rischio di prezzo** e il **rischio di cambio**. Il **rischio di liquidità** riguarda la capacità del Gruppo di mantenere adeguati livelli di disponibilità finanziaria per far fronte ai propri impegni e agli investimenti programmati. Il **rischio di prezzo** è legato alle possibili variazioni dei prezzi di mercato che possono incidere sui costi operativi e sui margini. Il **rischio di credito** è gestito attraverso una valutazione preventiva delle controparti, il monitoraggio costante delle esposizioni e la gestione degli eventuali insoluti. Il rischio di cambio deriva invece dall'esposizione alle fluttuazioni dei tassi di cambio nelle transazioni effettuate in valuta estera.

Principali Rischi ESG



- **Rischi Ambientali:** eventi climatici estremi, potenziali impatti sulle destinazioni turistiche e sulla filiera dei fornitori, nonché evoluzione dei requisiti normativi in materia ambientale.
- **Rischi Sociali:** salute e sicurezza delle persone, qualità delle condizioni di lavoro lungo la filiera, esperienza dei clienti e possibili impatti sulle comunità locali.
- **Rischi di Governance:** conformità normativa, trasparenza ed etica aziendale, gestione dei fornitori, tutela dei dati e continuità operativa.



Risultati Economici di Gruppo

Nel corso del 2025, Destination Italia ha ulteriormente rafforzato la propria solidità economica e gestionale, consolidando il posizionamento nel mercato del turismo incoming di fascia medio-alta e alta. In un contesto macroeconomico ancora caratterizzato da elementi di incertezza e complessità – tra tensioni geopolitiche persistenti, volatilità nei flussi turistici internazionali e dinamiche inflattive – il Gruppo ha confermato un'elevata capacità di adattamento, resilienza operativa e visione strategica, facendo leva su un modello di business flessibile e fortemente orientato all'innovazione.

Questa capacità si è riflessa in una crescita significativa dei principali indicatori economici e gestionali, sostenuta sia dall'espansione del portafoglio prodotti – sempre più incentrato su esperienze personalizzate, sostenibili e ad alto valore aggiunto – sia dal rafforzamento del network commerciale e delle partnership strategiche a livello internazionale. In tale contesto, il continuo investimento in tecnologie digitali proprietarie e l'evoluzione della piattaforma HubCore.AI hanno rappresentato leve fondamentali per l'efficiamento operativo e la scalabilità del modello.

Coerentemente con i principi ESG, il Gruppo ha proseguito nel percorso di integrazione della sostenibilità all'interno delle proprie strategie, promuovendo un approccio equilibrato tra crescita economica, impatto positivo sui territori e valorizzazione del capitale umano. L'attenzione alla qualità dell'offerta, alla creazione di valore condiviso e alla gestione responsabile delle risorse ha contribuito a rafforzare ulteriormente la reputazione e la competitività del Gruppo nel panorama internazionale.

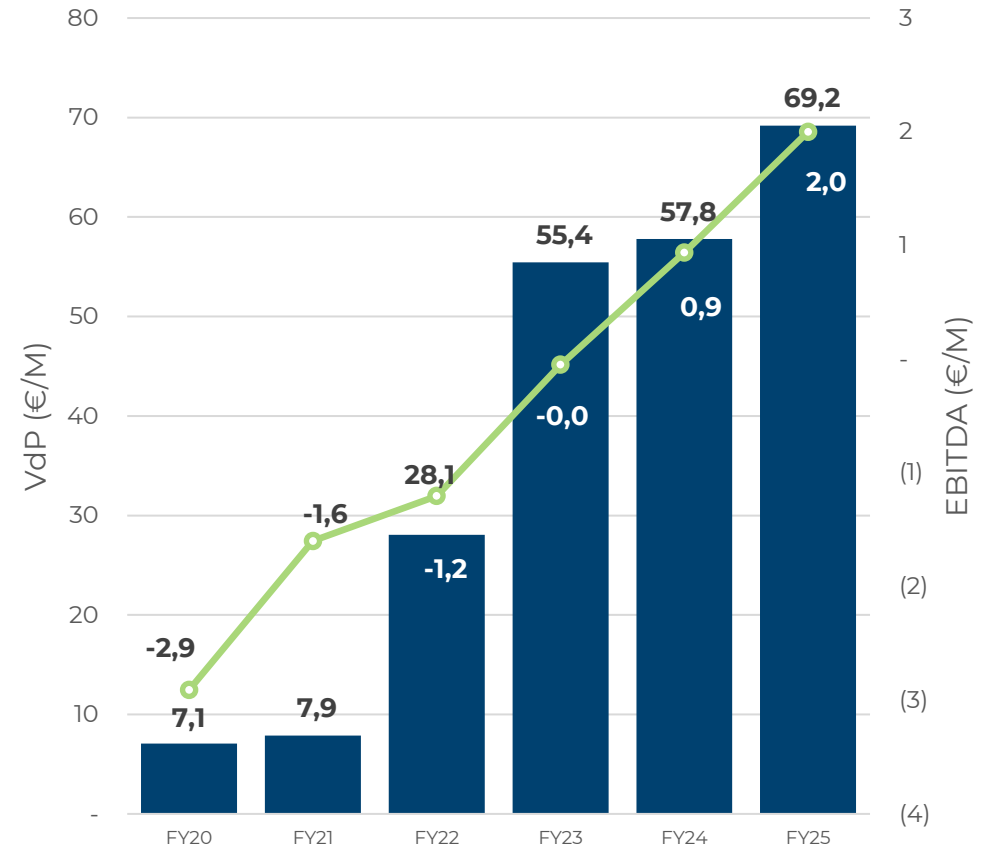
I risultati conseguiti nel 2025 rappresentano quindi una conferma della solidità del modello di business e della capacità di Destination Italia di generare valore sostenibile nel lungo periodo, attraverso un approccio integrato che combina innovazione, responsabilità e sviluppo.

	2025	2024	Variazione %
Valore della Produzione	69,2	57,8	+20%
EBITDA	2,0	0,9	>100%
EBIT	-1,8	-1,7	-8%
Risultato netto	-2,4*	-1,6	-46%

*Il confronto con l'esercizio precedente risente di proventi finanziari straordinari rilevati nel 2024 in relazione alla cessione della partecipazione in Toit Group S.p.A., non presenti nell'esercizio 2025.

TREND PERFORMANCE

2020-2025


+58%

VdP CAGR 5Y

Valore distribuito agli Stakeholder

Destination Italia adotta un modello di creazione del valore che non si esaurisce nella performance economica, ma che si misura anche attraverso l'impatto positivo generato sull'ecosistema di stakeholder con cui opera ogni giorno: partner commerciali, dipendenti, comunità locali, istituzioni, investitori e clienti. In linea con un approccio sostenibile e inclusivo, l'azienda si impegna a redistribuire in modo equilibrato i risultati generati, alimentando dinamiche virtuose di crescita condivisa e rafforzando il proprio ruolo di attore responsabile nel settore turistico. Questo approccio si traduce in una visione di lungo periodo orientata alla creazione di valore diffuso e duraturo.

Nel corso del 2025, **il Gruppo ha continuato a sviluppare relazioni solide e durature con la propria rete di stakeholder**, riconoscendo il valore strategico della cooperazione e del dialogo costante. **Gli investimenti in progettualità territoriali, il coinvolgimento diretto delle comunità attraverso il network dei Destination Local Expert, la valorizzazione delle filiere locali e il sostegno alle piccole imprese** rappresentano strumenti concreti attraverso cui il valore generato dall'attività aziendale viene redistribuito lungo tutta la catena di fornitura. Tali iniziative contribuiscono inoltre a rafforzare la competitività dei territori e a favorire uno sviluppo turistico più equilibrato e sostenibile.

Dal punto di vista interno, **l'azienda ha continuato a investire nel benessere e nella valorizzazione del proprio capitale umano**, promuovendo politiche inclusive, programmi di formazione continua e un ambiente di lavoro fondato su equità e riconoscimento del merito. Particolare attenzione è stata dedicata anche allo sviluppo delle competenze e alla crescita professionale, in un'ottica di retention e attrazione dei talenti. Anche gli azionisti e gli investitori istituzionali, tra cui importanti attori del panorama economico italiano, hanno beneficiato della solidità finanziaria del Gruppo, che si traduce in affidabilità, trasparenza e prospettive di sviluppo sostenibile.

Il valore distribuito agli stakeholder nel 2025 riflette una strategia orientata al lungo termine, che mira a consolidare la fiducia, generare impatti positivi nei territori e contribuire attivamente a un modello di turismo più etico, competitivo e generativo. **Tale approccio rafforza il posizionamento del Gruppo come piattaforma di riferimento per uno sviluppo turistico responsabile e condiviso.**





05

Environmental Responsability

Impatti Ambientali & Climate Strategy
Energia, Emissioni e Risorse
Obiettivi e KPI Ambientali



Impatti Ambientali & Climate Strategy

Il Gruppo Destination Italia si impegna attivamente per la tutela dell'ambiente, adottando soluzioni tecniche, tecnologiche, gestionali e organizzative mirate a ridurre gli impatti ambientali generati dall'attività aziendale, in un'ottica di lungo periodo. La strategia ambientale si fonda su un approccio preventivo e proattivo, volto a contenere le emissioni, limitare i consumi di risorse naturali, ottimizzare la gestione dei rifiuti e promuovere comportamenti sostenibili nei processi operativi interni.

Il Gruppo riconosce che i cambiamenti climatici rappresentano una delle sfide più urgenti e complesse della contemporaneità, con potenziali conseguenze significative sull'economia globale, sugli ecosistemi naturali e sui modelli di produzione e consumo. Per questo motivo, si assume la responsabilità di contribuire, per quanto di propria competenza, **al miglioramento ambientale dei territori in cui opera, favorendo la diffusione di pratiche e soluzioni che generino benefici collettivi e misurabili.**



Nello specifico, sono stati implementati numerosi accorgimenti concreti all'interno della gestione aziendale quotidiana, tra cui:



L'eliminazione progressiva dei beni di consumo usa e getta.



L'acquisto centralizzato di forniture da ufficio, per ridurre la quantità di materiali di imballaggio e le spedizioni frazionate.



L'uso di saponi biodegradabili certificati, non dannosi per l'ambiente.



L'adozione di sistemi di spegnimento delle luci e delle apparecchiature nei luoghi di lavoro e impostazioni di risparmio energetico.



Il rispetto della normativa vigente in materia di smaltimento dei rifiuti, con processi organizzati di raccolta differenziata e riciclo.



Ridurre l'inquinamento ambientale generato dalle attività d'ufficio, con particolare attenzione all'ottimizzazione dei consumi energetici e alla riduzione delle emissioni indirette.



La promozione di modalità lavorative più sostenibili, tra cui il telelavoro, le riunioni da remoto e le politiche work-from-home, per limitare gli spostamenti e il relativo impatto ambientale.

Rigenerazione dei Borghi e Sviluppo Territoriale

Destination Italia promuove progetti di rigenerazione territoriale orientati ai principi ESG, con l'obiettivo di valorizzare i borghi italiani, contrastare lo spopolamento e generare nuove opportunità economiche e occupazionali per le comunità locali.

Attraverso partnership con enti pubblici e operatori del territorio, il Gruppo sviluppa modelli di turismo sostenibile che integrano valorizzazione del patrimonio culturale, innovazione turistica e sviluppo delle economie locali.

Le iniziative includono il recupero di edifici storici, l'adozione di soluzioni di efficienza energetica, la promozione di mobilità sostenibile e la creazione di nuove esperienze turistiche legate alla cultura, alla natura e all'enogastronomia.



DESTINATION GOAL

Turismo come motore di sviluppo



Progetto Naxida – Naso (Sicilia)

Rigenerazione urbana con recupero di edifici storici, mobilità sostenibile e creazione di nuovi servizi turistici e culturali.

Progetto Pietrarubbia - Marche

Valorizzazione dei borghi marchigiani attraverso un sistema museale diffuso e la riqualificazione delle strutture ricettive.

Roccamalatesta – Frontino

Trasformazione della struttura in hub per il turismo esperienziale e il segmento “Silver Tourism”.

Progetto Unione dei Comuni Alto-Jonio

Studio di pre-analisi per un modello di turismo sostenibile integrato tra outdoor, enogastronomia e patrimonio culturale.

Firmato protocollo di intesa con i Comuni membri

Innovazione e digitalizzazione

Per un turismo più competitivo e sostenibile

Destination Italia integra innovazione tecnologica e valorizzazione territoriale in un modello operativo digitale end-to-end, capace di creare, gestire e distribuire pacchetti turistici personalizzati su scala internazionale, garantendo efficienza, tracciabilità e sostenibilità lungo l'intera filiera.

DUE MODALITÀ DI INNOVAZIONE



DI PRODOTTO



DI PROCESSO

1. Innovazione di Prodotto

Il Gruppo sviluppa esperienze turistiche autentiche e identitarie, progettate in collaborazione con i Local Expert territoriali. I pacchetti integrano componenti multi-fornitore, ricettività, enogastronomia, cultura, natura, selezionati secondo criteri di qualità, sostenibilità ambientale e impatto positivo sulle comunità locali.

2. Innovazione di Processo

Attraverso la piattaforma proprietaria HubCore.AI, il Gruppo ha digitalizzato l'intera catena operativa: dalla raccolta e gestione centralizzata dei contenuti, alla costruzione dinamica dei pacchetti, fino alla distribuzione omnicanale in logica B2B e B2C. Questo approccio riduce i costi operativi, migliora la qualità del servizio e consente una scalabilità sostenibile del modello di business.

SCHEMA HUBCORE END-TO-END

HubCore.AI è la piattaforma tecnologica proprietaria sviluppata da Destination Italia per supportare l'intera catena del valore del turismo incoming. Il sistema centralizza dati e contenuti provenienti dai fornitori, costruisce pacchetti in tempo reale e li distribuisce attraverso canali B2B e B2C/B2B2C, garantendo disponibilità, qualità e integrazione API omnicanale.



1. Creazione Pacchetto

Aggregazione di componenti multi-fornitore in pacchetti strutturati e personalizzabili, con gestione integrata di disponibilità e pricing.

2. Magazzino Digitale

Catalogo centralizzato di contenuti, servizi e dati aggiornati in tempo reale, condiviso con tutti gli attori della filiera.

3. Personalizzazione

Configurazione dinamica dell'offerta in base alle esigenze del cliente, con disponibilità e prezzi aggiornati istantaneamente.

4. Distribuzione B2B/B2C/B2B2C

Distribuzione omnicanale attraverso agenzie partner internazionali e sito proprietario, con integrazione API per operatori esterni.

Destination Consulting Firm

La nuova Business Unit di consulenza strategica

Destination Consulting Firm è la nuova business unit del Gruppo dedicata alla consulenza strategica per lo sviluppo e il posizionamento internazionale delle destinazioni turistiche. La divisione supporta istituzioni, operatori e stakeholder nella definizione e implementazione di strategie integrate, orientate alla crescita dei flussi turistici e alla valorizzazione sostenibile dei territori.

L'approccio si fonda su un modello strutturato e data-driven, che integra analisi dei mercati e dei flussi internazionali con competenze nello sviluppo del prodotto turistico, nel marketing e nell'attivazione dei canali di distribuzione globale. In questo contesto, la divisione contribuisce alla definizione del posizionamento strategico e alla costruzione di un'offerta distintiva e coerente.

Elemento distintivo è l'integrazione tra competenze strategiche e capacità tecnologiche, che consente di migliorare la segmentazione della domanda, ottimizzare i processi di conversione e garantire scalabilità e tracciabilità dei risultati lungo tutta la filiera.

Parallelamente, la divisione supporta le attività di reporting strategico e analisi di impatto, misurando il ritorno delle iniziative e favorendo decisioni di investimento più efficaci.

Grazie al know-how industriale e tecnologico del Gruppo, Destination Consulting Firm si posiziona come partner end-to-end per la trasformazione dei territori in destinazioni globali.



Modello Destination-Centric



Valorizzazione Locale



Integrazione di Filiera



Impatto Economico



Governance di Sistemi Digitali



Reporting Strategico

- **Valorizzazione locale:** Creazione di un prodotto turistico unico e integrato, curato rigorosamente da Local Expert.
- **Integrazione di filiera:** Connessione profonda e sinergica tra ospitalità, esperienze e grandi attrattori del territorio.
- **Impatto economico reale:** Generazione di valore diffuso che resta tangibilmente sulla destinazione.
- **Governance dei sistemi digitali:** assicura interoperabilità, scalabilità e tracciabilità dei risultati
- **Reporting strategico e analisi di impatto:** misura il ritorno delle azioni intraprese, supportare le decisioni di investimento e favorire il miglioramento continuo del progetto.





06

Social Responsability

Capitale Umano

Benessere, Inclusione e Sicurezza

Comunità e Impatto sul Territorio

Iniziative per la diffusione della cultura
della sostenibilità



Capitale Umano

Il percorso verso la sostenibilità di Destination Italia trova uno dei suoi pilastri fondamentali nelle persone. Le risorse umane del Gruppo rappresentano un patrimonio di competenze, creatività e responsabilità, che ogni giorno contribuisce in modo concreto alla qualità dell'offerta, all'innovazione dei processi e al consolidamento di una cultura aziendale basata su fiducia, collaborazione e trasparenza.



Al 31 dicembre 2025, il personale del DIT conta 161 dipendenti.

La composizione per genere al 31 dicembre 2025 evidenzia una prevalenza femminile:

- Uomini: 47 (30%)

- Donne: 114 (70 %)

Il Gruppo si impegna attivamente nella promozione della parità di genere sia mediante percorsi di sviluppo e carriera che di supporto alla genitorialità. A dimostrazione di questo impegno, la Presidente del Gruppo è una donna.

Nel 2024 il Gruppo ha proseguito con determinazione nel rafforzamento delle politiche dedicate alla valorizzazione del capitale umano, in linea con un modello di gestione ispirato ai principi ESG. Le azioni intraprese sono finalizzate alla creazione di un ambiente di lavoro positivo, sicuro, inclusivo e orientato alla crescita individuale e collettiva.

Dipendenti per mansione

Dipendenti	al 31/12/2025	Donne	Uomini	al 31/12/2024	Donne	Uomini
Impiegati	138	100	38	110	79	31
Quadri	17	9	8	15	6	9
Dirigenti	5	2	3	4	2	2
Operai	1	1	0	0	0	0
Totale	161	112	49	129	87	42

Distribuzione Geografica del Personale

Il personale del Gruppo è interamente dislocato sul territorio italiano, con una forte concentrazione nelle regioni Lazio e Sardegna. Questa distribuzione riflette le esigenze operative legate alle sedi delle società appartenenti al Gruppo.

Tipologie Contrattuali e Flessibilità

Al 31 dicembre 2025, l'85% dei dipendenti (137 unità) è assunto con contratto a tempo indeterminato. La quasi totalità del personale è impiegata con contratto full-time (circa 94%). Tuttavia, il Gruppo promuove la flessibilità lavorativa, attraverso l'uso dello smart working, del full remote e di flessibilità maggiore per le donne al rientro dalla maternità.

Dipendenti per tipologia contrattuale e genere

Tipo di contratto di lavoro	al 31/12/2025	Donne	Uomini
Tempo indeterminato	137	91	46
Tempo determinato	6	6	0
Apprendistato	14	12	2
Stage	4	3	1
Full-Time	147	112	49
Part-Time	14	14	0

Benessere, Inclusione & Sicurezza

L'impegno del Gruppo in ambito DE&I è confermato nel 2025 dal mantenimento della certificazione UNI/PdR 125:2022 sulla parità di genere (rating 86,75/100). La Gender Equality Policy continua a orientare pratiche eque in selezione, retribuzione e sviluppo, in un contesto caratterizzato da una forza lavoro equilibrata, con prevalenza femminile e significativa presenza di donne in ruoli manageriali.

Engagement e dialogo organizzativo

La valorizzazione del contributo individuale si traduce in azioni di ascolto e coinvolgimento. Anche nel 2025 sono stati promossi colloqui One-to-One tra responsabili e collaboratori, utili per monitorare il benessere organizzativo, individuare fabbisogni formativi e rafforzare le relazioni nei team.

Politiche

Gli organi societari fondano la gestione del Gruppo su integrità, etica e responsabilità d'impresa, nel rispetto degli obblighi di conformità. A tal fine, sono stati adottati modelli e procedure interne che garantiscono una gestione efficiente e trasparente, supportando sia l'attuazione delle politiche aziendali sia le attività di prevenzione e controllo.

Codice etico

Definisce i principi di integrità, trasparenza, legalità e rispetto che guidano tutte le attività del Gruppo e stabilisce le regole di comportamento per dipendenti e collaboratori.

Whistleblowing

Procedura adottata nel 2023 che garantisce canali sicuri e riservati per la segnalazione di violazioni o comportamenti illeciti, in conformità alla normativa europea e nazionale.

Politica Gender Equality

Promuove l'uguaglianza di genere e l'inclusione nel luogo di lavoro; la Società ha ottenuto la certificazione UNI/PdR 125:2022 sulla parità di genere.



Eccellenza del Servizio & Qualità percepita

La strategia di Destination Italia Group **pone al centro la soddisfazione del viaggiatore e la qualità dell'esperienza di viaggio**, attraverso un approccio orientato all'ascolto del cliente, all'innovazione dei servizi e alla collaborazione con partner e operatori locali.

La qualità del servizio viene monitorata attraverso indicatori specifici legati alla puntualità, sicurezza, chiarezza delle informazioni e disponibilità del personale, con l'obiettivo di garantire un'esperienza di viaggio affidabile, trasparente e di alto livello.

Il Gruppo promuove inoltre un miglioramento continuo dei processi, anche attraverso strumenti digitali dedicati alla gestione delle prenotazioni e al monitoraggio della qualità del servizio lungo tutte le fasi del viaggio.

Principi Guida della qualità del servizio

1. Rispetto dei requisiti normativi e delle aspettative dei viaggiatori
2. Dialogo costante con clienti, partner e comunità locali
3. Valorizzazione del capitale umano e delle competenze del territorio
4. Sviluppo di strumenti digitali per una gestione più efficiente e trasparente

La qualità dell'esperienza è curata in ogni dettaglio, dall'accoglienza alla destinazione, **contribuendo a rendere il viaggio in Italia un'occasione di scoperta autentica e benessere, anche attraverso momenti culturali, di intrattenimento o di interazione con le comunità locali.**

Il Gruppo si è posto l'obiettivo di definire 6 goals della qualità misurabili nel tempo, così da poter attuare interventi correttivi e migliorativi quando necessario.

A supporto di questo approccio, Destination Italia adotta strumenti di raccolta e analisi dei feedback dei clienti, con l'obiettivo di monitorare il livello di soddisfazione e individuare tempestivamente eventuali aree di miglioramento. L'ascolto attivo dei viaggiatori, unito all'analisi dei dati, consente al Gruppo di affinare costantemente la propria offerta e di sviluppare soluzioni sempre più personalizzate, in linea con l'evoluzione delle aspettative del mercato internazionale.

Indicatori medi di qualità riferiti al servizio alla clientela.



La puntualità e regolarità nell'erogazione dei servizi turistici



La sicurezza e il comfort delle esperienze proposte



La chiarezza e tempestività delle informazioni rivolte ai viaggiatori in tutte le fasi del viaggio



L'attenzione dedicata alla tutela dell'ambiente



Progettare, attuare e perfezionare costantemente i processi gestionali e operativi dell'azienda, con l'obiettivo di rispondere alle aspettative degli stakeholder, nel rispetto dei requisiti normativi e delle esigenze specifiche.



Limitare anomalie, non conformità e reclami attraverso interventi correttivi, azioni preventive e un costante miglioramento, con l'obiettivo di accrescere la soddisfazione del cliente.



Promuovere la partecipazione attiva, la consapevolezza, la motivazione e la leadership del personale coinvolto nelle attività aziendali, assicurandone il pieno coinvolgimento e senso di responsabilità.



Assicurare che la politica per la qualità sia accessibile, formalizzata, diffusa e compresa all'interno dell'organizzazione, e che sia condivisa con tutte le parti interessate.



Garantire un servizio sicuro e affidabile, operando in un contesto lavorativo che tuteli la salute e la sicurezza di tutte le persone coinvolte.



Verificare con cadenza almeno annuale la coerenza e l'efficacia della politica per la qualità, al fine di garantirne l'attualità e l'adeguatezza rispetto agli obiettivi aziendali.

Comunità e Impatto sul Territorio

Per Destination Italia, **la sicurezza e la tutela dei viaggiatori rappresentano un valore imprescindibile alla base dell'offerta turistica**. Tutte le attività di controllo, prevenzione e monitoraggio sono implementate nel pieno rispetto delle normative vigenti e degli standard di qualità del settore. Il Gruppo garantisce che ogni fase operativa, dalla pianificazione all'erogazione dei servizi, sia orientata a offrire un'esperienza di viaggio sicura e affidabile, in linea con i propri obiettivi strategici.

Gli obiettivi principali di Destination Italia, in relazione alla tutela del viaggiatore, sono:



Per il raggiungimento di tali obiettivi, Destination Italia investe in risorse qualificate e in una struttura organizzativa efficiente e flessibile, in grado di gestire tempestivamente eventuali criticità. Sono definiti ruoli, responsabilità e percorsi formativi, assicurando coordinamento e prontezza operativa sia nella gestione ordinaria che in situazioni straordinarie.

Destination Italia riconosce il proprio ruolo strategico nella promozione del turismo in Italia **e pone particolare attenzione alle esigenze di viaggiatori e operatori, con l'obiettivo di offrire esperienze accessibili, inclusive e di qualità**. L'offerta è orientata alla valorizzazione dell'intero territorio nazionale attraverso soluzioni personalizzate e servizi integrati.

In questa prospettiva, il Gruppo promuove agevolazioni e convenzioni dedicate a specifiche categorie di viaggiatori (studenti, senior, famiglie, gruppi), oltre a condizioni dedicate a clienti fidelizzati e partner professionali.

Le iniziative sono volte a incentivare un turismo responsabile e diffuso, in linea con i principi di sostenibilità. Destination Italia sviluppa inoltre partnership con operatori del trasporto, strutture ricettive e altri attori della filiera turistica, con l'obiettivo di integrare i servizi e migliorare l'accessibilità dell'offerta, anche nelle destinazioni meno consolidate.

Tra gli strumenti adottati rientrano programmi di fidelizzazione, carte turistiche e pacchetti integrati.

L'acquisto di un viaggio si inserisce in una relazione trasparente e orientata alla soddisfazione del cliente, basata su elevati standard qualitativi e su diritti garantiti, formalizzati nella Carta dei Servizi.

I principali diritti riconosciuti includono:

- Sicurezza e serenità durante ogni fase del viaggio.
- Continuità e affidabilità nell'erogazione dei servizi acquistati.
- Puntualità e rispetto degli orari e delle condizioni contrattuali.
- Accesso chiaro e immediato a tutte le informazioni relative a itinerari, servizi, tariffe e condizioni di viaggio.
- Trasparenza sulle modifiche o interruzioni del servizio e tempestiva comunicazione delle stesse.
- Diritto al rimborso o al riutilizzo dei servizi non fruiti per cause imputabili all'organizzazione, secondo le modalità indicate nei termini di contratto.
- Assistenza personalizzata durante l'intero viaggio.
- Cura dell'accoglienza, dell'igiene e del comfort nei servizi forniti.
- Impegno nel rispetto delle normative vigenti, inclusi i divieti specifici come quello di fumo nei luoghi chiusi.
- Facilità di accesso alla procedura di reclamo, con diritto a ricevere risposte puntuali, trasparenti e documentate.

Con questo approccio, **Destination Italia si propone come punto di riferimento per chi desidera scoprire l'Italia in modo autentico, sicuro e rispettoso del viaggiatore e dei territori ospitanti**.

Azioni per la Promozione del Turismo Sostenibile



Scopo

Promuovere un **patto pubblico-privato per un "Progetto Paese"** orientato allo sviluppo di nuovi modelli turistici e alla destagionalizzazione, nel segno della sostenibilità ESG e della valorizzazione dell'intero territorio nazionale. L'obiettivo è rafforzare il posizionamento internazionale dell'Italia e sostenere la crescita degli ecosistemi locali, in particolare nelle aree più fragili.

Secondo le analisi SRM – Intesa Sanpaolo, il turismo sostenibile rappresenta un driver strategico per lo sviluppo del Paese, con un potenziale superiore a 150 miliardi di euro di PIL aggiuntivo e oltre 3 milioni di nuovi posti di lavoro.

Missione

Valorizzare il turismo italiano come industria strategica ad alto impatto economico, sociale e ambientale, **promuovendo un approccio innovativo fondato sul "Turismo Sostenibile come Valore Pubblico"**, inteso come bene comune capace di generare valore misurabile, diretto e indiretto.

Pilastrini del Turismo Sostenibile Italiano

- Rilancio economico delle aree interne e delle isole minori ad alto potenziale;
- Meet Forum – Stati Generali del Turismo Sostenibile, come piattaforma di confronto e diffusione di buone pratiche;
- Centro Studi & Academy per la formazione degli operatori e la valorizzazione dei territori;
- progetti di rigenerazione urbana per lo sviluppo sostenibile delle destinazioni.

Il **Simposio** riunisce una comunità di professionisti accomunati da sensibilità sociale e attenzione ambientale, con l'obiettivo di contribuire concretamente alla qualità della vita e alla valorizzazione sostenibile del territorio italiano.

L'Italia del Turismo Sostenibile



Stati Generali del Turismo Sostenibile

Edizioni nazionali:

- 2016 Olbia - Sardegna
- 2017 Orsei - Sardegna
- 2018 Bitti-Posada - Sardegna
- 2019 Forte Village - Sardegna
- 2020 On-line - Sardegna (periodo pandemico)
- 2021 On-line - Sardegna (periodo pandemico)
- 2022 Alghero - Sardegna
- 2023 Stresa - Piemonte - Il Turismo Sostenibile
- 2024 Napoli - Campania - Il Turismo delle Radici
- 2025 Roma - Lazio - Il Turismo Spirituale

Edizioni regionali:

- 2024 Urbino - Marche - Il Turismo delle Radici
- 2024 Gorizia, Nova Gorica - Friuli Venezia Giulia - Il Turismo delle Radici
- 2025 Taormina - Sicilia - Il Turismo Spirituale

Azioni per la Promozione del Turismo Sostenibile

Evento territoriale e valorizzazione delle destinazioni

Il Meet Forum – Stati Generali del Turismo Sostenibile è un evento dedicato alla valorizzazione delle destinazioni, rappresentando un momento di incontro tra istituzioni, operatori e stakeholder locali, con l'obiettivo di promuovere modelli di sviluppo turistico sostenibile e diffuso. L'iniziativa pone al centro il ruolo strategico dei territori per sostenere le economie locali e incentivare forme di turismo autentico, responsabile e in linea con i principi ESG.



Museo Storico FS Pietrarsa, Portici - Meet Forum Napoli, Campania 2024

Meet forum – Stati Generali del Turismo Sostenibile (Edizione locale Taormina, 27-28/03/2025)

L'edizione del Meet Forum – Stati Generali del Turismo Sostenibile ospitata a Taormina ha riunito le più importanti istituzioni, enti territoriali, operatori e stakeholder del settore in uno dei contesti simbolo del turismo italiano. L'incontro ha offerto un'occasione di confronto sulle sfide e sulle opportunità legate allo sviluppo sostenibile dei territori, con particolare attenzione alla valorizzazione delle destinazioni, all'innovazione dei modelli turistici e al ruolo delle partnership pubblico-private in una prospettiva ESG.



Il Ministro delle Imprese e del made in Italy Adolfo Urso - Meet Forum Taormina, Sicilia 2025

MeetForum – Stati Generali del Turismo Sostenibile (Edizione Nazionale Roma, 19/06/2025)

L'edizione nazionale del Meet Forum – Stati Generali del Turismo Sostenibile, tenutasi a Roma, ha visto la partecipazione delle principali istituzioni ministeriali, rappresentanti delle amministrazioni regionali e locali, insieme ai principali operatori, player e associazioni di categoria del settore turistico. L'evento ha rappresentato un momento di confronto strategico tra pubblico e privato sui temi della sostenibilità, dell'innovazione e dello sviluppo del turismo in ottica ESG.



Il Ministro del Turismo Daniela Santanché - Meet Forum Roma, Lazio 2025

Coinvolgimento dell'ecosistema turistico

I Meet Forum si configurano come una piattaforma di dialogo che mette in relazione i principali attori del comparto turistico. Destination Italia stimola la partecipazione di istituzioni, imprese, associazioni e stakeholder territoriali con l'obiettivo di generare sinergie, diffondere modelli virtuosi e rafforzare un approccio condiviso alla sostenibilità del settore.



Da sinistra verso destra: Tommaso Tanzilli (Presidente Gruppo FSI), Sandro Pappalardo (Presidente ITA Airways) Fabrizio Lobasso (Vice Direttore Generale MAECI) - Meet Forum Roma 2025

Collaborazioni con istituzioni e università

Le iniziative del Meet Forum coinvolgono attivamente istituzioni pubbliche, università, scuole e organizzazioni nazionali e internazionali impegnate nella promozione della sostenibilità. Questo approccio favorisce la creazione di un ecosistema di competenze e conoscenze volto a supportare l'evoluzione sostenibile del turismo italiano.



Assessore Alessandro Onorato e Senatrice Licia Ronzulli - Meet Forum Roma 2025

Premi alle imprese sostenibili

Nel contesto del Meet Forum, Destination Italia promuove iniziative di riconoscimento dedicate a imprese e professionisti che si distinguono per progetti innovativi e responsabili in ambito ESG. I premi rappresentano un'occasione per valorizzare esperienze virtuose e incentivare la diffusione di modelli imprenditoriali sostenibili nel settore turistico.



Astronauta ESA Paolo Nespoli Meet Forum Napoli, Campania



Destination Italia S.p.A.

+39 06 62 28 79 65 | +39 02 30 66 12 70

Viale Andrea Doria 44, 20124 Milano | Italia

[destinationitaliagroup.com](https://www.destinationitaliagroup.com)