

Comunicato Stampa

DESTINATION ITALIA SOVRAPERFORMA IL MERCATO: LE NUOVE BUSINESS UNIT “EBITDA GENERATOR” SPINGONO LA MARGINALITÀ (+19% YoY) E LA CRESCITA DEI RICAVI

Milano (MI), 10 luglio 2026 – Il Consiglio di Amministrazione di **Destination Italia S.p.A.** (DIT:IM), la prima “GLocal Travel Tech” leader nel turismo incoming esperienziale – quotata su Euronext Growth Milan (“**Destination Italia**” o “**Società**”), riunitosi in data odierna sotto la Presidenza dell’Ing. Secondina Giulia Ravera, ha esaminato alcuni principali KPI consolidati, non sottoposti a revisione contabile, relativi al primo semestre 2026.

I **ricavi delle vendite**¹ consolidati si attestano a **39,4 milioni di Euro**, in crescita del **2,0%** rispetto al primo semestre 2025 pari a 38,7 milioni di Euro.

Il **Margine di Contribuzione**² si attesta a **4,8 milioni di euro**, in aumento del **19,1%** rispetto ai 4,0 milioni di euro registrati nel primo semestre 2025. La performance evidenzia i primi importanti risultati della strategia “**EBITDA Generator**”, basata sullo sviluppo di business unit a elevata marginalità, confermandone la capacità di sostenere una crescita reddituale profittevole e duratura.

La performance è stata sostenuta in particolare dalla clientela proveniente dal **mercato Europeo**, che ha registrato una crescita delle vendite del **27% YoY** (da 7,3 a 9,2 milioni di Euro nel H1 2026), un segnale della crescente preferenza dei viaggiatori europei per destinazioni intra-continentali. Positivo anche l’andamento del **brand luxury SONOTRAVELCLUB**, dedicato alla clientela di fascia alta, con vendite in crescita del **35% YoY** (da 4,9 a 6,6 milioni di Euro nel H1 2026). Prosegue inoltre la crescita del **mercato Nord Americano**, con vendite in aumento del **5% YoY** (da 11,3 a 11,9 milioni di Euro nel H1 2026).

In un contesto internazionale segnato da un marcato rallentamento del turismo incoming, con i flussi dall’area del Golfo Persico³ in contrazione di circa il **35% a marzo**, del **60% ad aprile** e del **20% a maggio 2026**, secondo le più recenti rilevazioni su dati di telefonia mobile, e con il **90,1%** delle agenzie di viaggio statunitensi che segnala una riduzione delle nuove prenotazioni⁴, il Gruppo ha comunque migliorato i risultati rispetto al corrispondente periodo dell’esercizio precedente. Tale performance conferma la crescente diversificazione del modello di business, sostenuta dal contributo della Business Unit **Destination Consulting Firm** e della piattaforma **HubCore.AI**, commercializzata in modalità SaaS, che hanno generato un incremento del margine

¹ A partire dal **primo trimestre 2026**, ai fini di una rappresentazione più completa delle performance del Gruppo, la comparazione dei ricavi e della marginalità include, oltre al Gross Travel Value (GTV) generato da Destination Italia S.p.A. e Destination 2 Italia S.r.l., anche il contributo di Welcomely S.r.l., HubCore.AI S.r.l., Il Mio Viaggio in Sicilia S.r.l. e della Business Unit “Destination Consulting Firm”. Tale rappresentazione dei KPI sarà adottata anche nei successivi comunicati periodici.

² **Margine di Contribuzione**: rappresenta la differenza tra il GTV e il relativo costo del venduto, indicativa del valore trattenuto dal Gruppo a fronte delle attività di organizzazione e gestione dei servizi. Si precisa che il “Margine di Contribuzione” rappresenta una diversa denominazione del medesimo indicatore precedentemente definito “Margine di Intermediazione”. Tale modifica terminologica non comporta alcuna variazione nei criteri di calcolo dell’indicatore, che rimane pertanto pienamente comparabile con i dati storici precedentemente comunicati dalla Società.

³ Radiocor: Il Sole 24 Ore: “Turismo: Bankitalia, 400 mln spesa viaggiatori stranieri per Milano-Cortina -2-”, *Borsaitaliana.it*, 26 giugno 2026.

⁴ Aidit (Associazione Italiana Dettaglianti Imprese Turistiche), *Indagine sulle prenotazioni turistiche, aprile 2026*.

di circa **Euro 600 mila**, mitigando gli effetti del rallentamento dei principali mercati turistici internazionali.

Dina Ravera, Presidente di Destination Italia, commenta: *“I risultati del primo semestre confermano la solidità della strategia che abbiamo costruito negli ultimi anni. La diversificazione geografica dei mercati, il continuo efficientamento della struttura organizzativa, il costante focus sulla crescita della marginalità e la valorizzazione dei segmenti a più elevato valore aggiunto stanno producendo risultati concreti e sostenibili. A questi si affianca il contributo crescente delle nuove aree di business ad alto potenziale, come Destination Consulting Firm e HubCore.AI, EBITDA Generator del Gruppo, che già da questo semestre stanno contribuendo in modo significativo alla nostra crescita. Guardiamo al secondo semestre con grande fiducia, sostenuti dalla qualità del nostro modello di business, dalla forza del nostro posizionamento competitivo e da un'importante pipeline di opportunità, che ci rende fiduciosi nel proseguire il percorso di crescita dei ricavi, dell'EBITDA e della creazione di valore per gli azionisti”.*

Per la trasmissione e lo stoccaggio delle informazioni regolamentate, il Gruppo si avvale del sistema di diffusione IInfo (www.iinfo.it), gestito da Computershare S.p.A., con sede in Milano, Via Lorenzo Mascheroni n. 19, autorizzato da CONSOB.

Il presente comunicato stampa è disponibile sul sito web www.destinationitaliagroup.com, sezione *Investitori/Comunicati/Comunicati Finanziari* e su www.iinfo.it.

About Destination Italia S.p.A.

Destination Italia S.p.A. è la società capofila dell'omonimo gruppo e rappresenta la principale GLocal Travel Tech italiana, leader nel turismo incoming di fascia alta. Fondata nel settembre 2016, la Società offre soluzioni di viaggio esperienziali e personalizzate rivolte sia al mercato B2B sia B2C, puntando sin dall'inizio sulla digitalizzazione della catena del valore per rispondere in modo dinamico alle esigenze sofisticate di una clientela globale. La piattaforma proprietaria HubCore integra tecnologia avanzata e competenze umane, orchestrando in modo efficiente il matching tra domanda e offerta grazie all'expertise del Team di Travel Design, che vanta conoscenze approfondite sulle destinazioni italiane, i verticali lifestyle e le preferenze socioculturali dei clienti provenienti da oltre 100 Paesi. Il Gruppo gestisce un portafoglio di oltre 10.000 strutture ricettive e ha accolto più di 500.000 turisti dal 2016. I marchi “SONO Travel Club” e “Destination Italia” servono target differenti: il primo dedicato al lusso, con servizi *tailor-made* e ticket medio elevato, il secondo orientato al mercato mainstream, proponendo le destinazioni italiane più richieste coniugando qualità e competitività. Dal 2023, il Gruppo ha ampliato gli asset strategici con i siti e-commerce Portale Sardegna e Charming, rivolti alla clientela retail alto-spendente e *luxury*, rafforzando così la propria presenza nel B2C. La Capogruppo detiene il 50,6% di Il mio viaggio in Sicilia S.r.l. (*Empeeria*), il 100% di 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. Grazie a un ampio portafoglio di marchi e soluzioni software proprietarie, Destination Italia presidia con un modello integrato e scalabile l'intera filiera del turismo esperienziale di fascia alta.

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

Per ulteriori approfondimenti, si prega di contattare:

Destination Italia S.p.A.
Massimiliano Cossu – Investor Relations Manager
E-mail: massimiliano.cossu@destinationitalia.com
Tel. +39 06 62 28 79 65

Euronext Growth Advisor
MIT SIM S.p.A.
Corso Venezia, 16
20121 - Milano
E-mail: francesca.martino@mitsim.it
Tel. +39 02 30 66 12 70

Media Relations Advisor
IR TOP S.r.l.
Domenico Gentile, Antonio Buozzi
E-mail: ufficiostampa@irtop.com
Tel. +39 02 45 47 38 84