

Comunicato Stampa

DESTINATION ITALIA E TOURING CLUB ITALIANO LANCIANO «LONG STAY BANDIERE ARANCIONI»: DESTINATION CONSULTING FIRM E HUBCORE.AI PORTANO I BORCHI ITALIANI SUI MERCATI INTERNAZIONALI

Milano (MI), 15 ottobre 2026 – 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**”), annuncia una collaborazione strategica con il **Touring Club Italiano** per la valorizzazione turistica dei Borghi Bandiera Arancione, che dà vita a «**Long Stay Bandiere Arancioni**», un unico prodotto turistico che trasforma il viaggiatore in «cittadino temporaneo» del borgo. La Bandiera Arancione è il riconoscimento che Touring Club Italiano assegna da 28 anni ai piccoli centri eccellenti dell'entroterra, che offrono un'accoglienza speciale ai viaggiatori, impegnandosi nel valorizzare il patrimonio locale e nel gestire il territorio in modo attento all'ambiente e alle comunità ospitanti.

Obiettivo della partnership tra Destination Italia e Touring Club è rendere i piccoli borghi, riconosciuti dallo storico marchio di qualità turistica del Touring Club Italiano, destinazioni pienamente prenotabili sui mercati internazionali, attraverso un modello di «long stay» che integra analisi del territorio, progettazione di prodotto, tecnologia, marketing e distribuzione globale. Il progetto è sviluppato dalla **Destination Consulting Firm** (DCF), la business unit del Gruppo specializzata nella consulenza strategica per il settore turistico, che supporta la digitalizzazione e la promozione sui mercati internazionali delle destinazioni italiane attraverso soluzioni innovative basate sull'Intelligenza Artificiale (www.dcf.consulting).

«Long Stay Bandiere Arancioni» nasce dalla combinazione di due patrimoni complementari: da un lato i **308 Borghi** riconosciuti con la Bandiera Arancione e oltre un secolo di autorevolezza editoriale sul turismo lento e autentico; dall'altro la piattaforma proprietaria **HubCore.AI** e la rete commerciale di Destination Italia, composta da oltre 1.100 tour operator e travel advisor attivi in più di 100 Paesi.

Il progetto intercetta tre segmenti internazionali in forte espansione, accomunati dalla ricerca di autenticità e da soggiorni lunghi: i **nomadi digitali**, circa 35 milioni nel mondo, di cui oltre il 42% desidera soggiornare in Italia per periodi da 1 a 3 mesi; i **silver tourists**, con oltre 140 milioni di over 60 previsti in Europa entro il 2030; e il **turismo delle radici**, un bacino di circa 80 milioni di discendenti di emigrati italiani.

Il viaggiatore diventa, per un periodo, un vero nuovo abitante del borgo, grazie al percorso esperienziale «Live Like a Local», che va dal Welcome Day al soggiorno nella nuova casa con corso di lingua e dialetto, dai laboratori di cucina e antichi mestieri fino alla consegna, da parte delle autorità comunali, dell'attestato di «Amico della Comunità». I Comuni Bandiera Arancione potranno aderire su base volontaria e progressiva tramite «Open Application, beneficiando di un percorso che comprende audit e readiness check, product design, onboarding dell'inventario, licenza della piattaforma HubCore.AI, e distribuzione B2B globale.

Il progetto viene lanciato oggi al **TTG Travel Experience** di Rimini dal Direttore Generale del Touring Club Italiano, Giulio Lattanzi, e da Dina Ravera, Presidente di Destination Italia nell'ambito del panel “*Stay to Exist. Long Stay, Digital Nomads e Silver Tourism: numeri e politiche per trasformare i turisti di lungo termine in cittadini di breve termine*”, in programma

presso l'Italia Arena (Padiglione A2) dalle ore 16.50. Al panel intervengono, tra gli altri, ANCI, Postel, Associazione Italiana Nomadi Digitali e DMO Terra dei Cammini.

Giulio Lattanzi, Direttore Generale del Touring Club Italiano, ha dichiarato: *"Il Touring Club Italiano assegna dal 1998 il riconoscimento Bandiera Arancione ai piccoli centri accoglienti delle aree interne. Con Destination Italia questo patrimonio entra per la prima volta in un sistema capace di portarlo sui mercati internazionali: non più mete da visitare, ma luoghi in cui vivere. È una collaborazione che mette al centro i territori e le comunità che li abitano".*

Dina Ravera, Presidente di Destination Italia, ha commentato: *"I borghi italiani sono una delle eccellenze più richieste dai viaggiatori internazionali, ma fino a oggi sono rimasti ai margini dei grandi flussi. Con il Touring Club Italiano mettiamo a disposizione la nostra piattaforma tecnologica e la nostra rete commerciale globale per trasformare questo potenziale in flussi turistici reali, stagionalizzati e sostenibili per le comunità. Il progetto conferma il ruolo della Destination Consulting Firm come leva di crescita del Gruppo, capace di generare valore per i territori e marginalità per Destination Italia".*

Il presente comunicato stampa è disponibile sul sito web www.destinationitaliagroup.com, sezione *Investitori/Comunicati/Comunicati Corporate*.

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

Media Relations Advisor

IR TOP S.r.l.

Domenico Gentile, Antonio Buoizzi

E-mail: ufficiostampa@irtop.com

Tel. +39 02 45 47 38 84