

Ravera (Destination Italia Group): "Qualità, tecnologia e integrazione rappresentano un elemento distintivo e resiliente"

LINK: <https://www.ilgiornaleditalia.it/news/mondo-imprese/782063/ravera-destination-italia-group-qualita-tecnologia-e-integrazione-rappresentano-u...>



Ravera (Destination Italia Group): "Qualità, tecnologia e integrazione rappresentano un elemento distintivo e resiliente"
Redazione **Dina Ravera**, Presidente di **Destination Italia**, in occasione dell'intervista rilasciata a Il Giornale d'Italia, ha illustrato la strategia del Gruppo tra innovazione tecnologica, sviluppo internazionale e trasformazione del comparto turistico nazionale. 1) Alla luce degli ultimi risultati trimestrali, quali sono stati i principali driver di crescita di **Destination Italia** e come si stanno evolvendo marginalità e generazione di cassa in un contesto macroeconomico ancora incerto? Nel primo trimestre 2026 **Destination Italia** ha registrato un Gross Travel Value pari a 21,9 milioni di euro, sostanzialmente in linea con i 21,6 milioni dello stesso periodo dell'anno precedente, confermando una buona resilienza

operativa in un contesto geopolitico ancora incerto. A fronte di questa stabilità dei volumi, il Margine di Contribuzione ha raggiunto 2,9 milioni di euro, in crescita del +16,4% YoY, evidenziando un miglioramento significativo della qualità dei ricavi e della redditività del modello. Questa dinamica è il risultato di driver di crescita sempre più orientati al valore. In primo luogo, il rafforzamento del segmento medio-alto, cresciuto del +29% YoY e trainato in particolare dalla domanda proveniente dalle Americhe, ha contribuito a migliorare il mix di prodotto. Anche il mercato europeo ha mostrato segnali positivi (+13% YoY), confermando il posizionamento dell'Italia come destinazione attrattiva e alternativa in un contesto globale complesso. Un secondo driver chiave è rappresentato dagli investimenti nella piattaforma proprietaria

HubCore.AI, oggi sempre più centrale nel modello operativo. La sua evoluzione in modalità SaaS sta contribuendo non solo all'efficientamento dei processi, ma anche a una maggiore scalabilità e integrazione della filiera, con effetti diretti sulla redditività. A questo si affianca il contributo della nuova Business Unit Destination Consulting Firm, che opera a supporto di istituzioni e operatori nella definizione di strategie di sviluppo e posizionamento internazionale. Le due iniziative - piattaforma tecnologica e consulenza - hanno già generato un contributo incrementale al margine di circa 450 mila euro nel trimestre, confermando il percorso di evoluzione verso attività a maggiore marginalità e scalabilità. Dal punto di vista finanziario, il modello asset-light e sempre più digitalizzato consente di sostenere la crescita senza

un aumento proporzionale della struttura dei costi, con benefici anche sulla generazione di cassa e sulla prevedibilità dei flussi. In un contesto macroeconomico incerto, riteniamo che questo posizionamento - basato su qualità, tecnologia e integrazione - rappresenti un elemento distintivo e resiliente nel medio-lungo periodo. 2) Quanto ritenete scalabile il vostro modello tecnologico basato su **HubCore.AI** e in che modo l'evoluzione e la commercializzazione dei moduli software stanno contribuendo all'integrazione tra componente tecnologica e offerta turistica, con impatti misurabili su efficienza operativa e creazione di valore lungo la filiera? Gli investimenti sulla piattaforma proprietaria **HubCore.AI** sono stati concepiti fin dall'inizio con una visione chiara: costruire un'infrastruttura tecnologica in grado di supportare e scalare applicazioni di intelligenza artificiale generativa lungo tutta la filiera turistica. Non si tratta quindi di un'integrazione successiva dell'AI, ma di un'architettura nativamente progettata per abilitare automazione, personalizzazione e gestione avanzata dei dati. **HubCore.AI** è sviluppata

come una piattaforma modulare, API-first e multi-tenant, che consente di integrare rapidamente nuovi operatori, contenuti e servizi. Questo approccio garantisce elevata scalabilità, permettendo al Gruppo di gestire una crescita dei volumi senza incremento proporzionale dei costi e di estendere il modello a nuovi mercati e segmenti. L'integrazione dell'intelligenza artificiale generativa rappresenta oggi un elemento centrale. Le applicazioni già implementate - dalla generazione automatica di contenuti multilingua alla costruzione dinamica degli itinerari - consentono una riduzione significativa dei tempi operativi e un aumento della produttività. Allo stesso tempo, la capacità di analizzare e strutturare grandi volumi di dati permette di migliorare la qualità dell'offerta e la sua coerenza rispetto alla domanda. Dal punto di vista operativo, questo si traduce in benefici concreti: maggiore efficienza nei processi, riduzione dei costi, miglioramento dei tassi di conversione e incremento della capacità di personalizzazione dell'esperienza. Ma l'aspetto più rilevante è la trasformazione del modello di business. **HubCore.AI** consente infatti di passare da una logica di

intermediazione a una logica organizzativa, in cui tecnologia, contenuti e territori vengono integrati in modo fluido. In questo senso, la piattaforma non è solo un abilitatore tecnologico, ma una leva strategica per la creazione di valore lungo tutta la filiera, rendendo accessibili strumenti avanzati anche agli operatori più piccoli e contribuendo alla modernizzazione dell'intero ecosistema turistico 3) In un settore frammentato come quello turistico italiano, quale ruolo sistemico ambisce a ricoprire **Destination Italia** e in che modo può supportare operatori e territori nel migliorare competitività, digitalizzazione e attrazione di flussi internazionali? Il turismo italiano è caratterizzato da una forte frammentazione: oltre 400.000 microimprese operano lungo la filiera, spesso senza coordinamento strategico né integrazione tecnologica. In questo contesto, **Destination Italia** ambisce a ricoprire un ruolo sistemico come piattaforma di integrazione tra territori, operatori e mercati internazionali. Il modello del Gruppo si basa su un approccio "destination-first", che supera la logica del singolo prodotto e valorizza il territorio come asset centrale. Attraverso

HubCore.AI e la rete di local expert, il Gruppo è in grado di aggregare, strutturare e distribuire l'offerta locale, rendendola accessibile sui mercati globali. Un elemento chiave è rappresentato dalla capacità di supportare i territori non solo nella promozione, ma anche nella costruzione di un'offerta competitiva. La Destination Consulting Firm opera in questa direzione, definendo strategie basate su dati, sviluppando prodotti coerenti con la domanda internazionale e attivando canali di distribuzione efficaci. Inoltre, iniziative come il **MeetForum** - Stati Generali del Turismo Sostenibile rafforzano il ruolo del Gruppo come piattaforma di dialogo tra pubblico e privato, favorendo la diffusione di modelli sostenibili e la collaborazione tra stakeholder. L'obiettivo è contribuire alla trasformazione del settore, passando da un modello frammentato e poco integrato a un ecosistema coordinato, digitale e orientato alla creazione di valore per i territori

4) Quali sono le principali direttrici della vostra strategia di internazionalizzazione e quali mercati esteri ritenete prioritari nei prossimi anni per scalare il business, anche attraverso partnership o piattaforme

tecnologiche proprietarie? La strategia di internazionalizzazione di **Destination Italia** si basa su un modello integrato che combina presenza commerciale, piattaforma tecnologica e partnership locali. Il Gruppo opera già con oltre 1.000 tour operator in più di 100 Paesi, con una distribuzione bilanciata dei mercati di origine. Le principali direttrici di sviluppo riguardano il rafforzamento nei mercati ad alto potenziale di crescita e ad elevata capacità di spesa. In particolare, le Americhe rappresentano un driver fondamentale, come dimostrato dalla recente crescita dei flussi, mentre l'Europa continua a offrire opportunità di consolidamento. Parallelamente, si guarda con crescente attenzione ai mercati asiatici e ai nuovi bacini di domanda, in linea con le dinamiche globali che vedono India e Cina rappresentare fino al 25% dei flussi turistici internazionali entro il 2030. Un elemento distintivo della strategia è l'utilizzo della piattaforma **HubCore**.AI come leva di scalabilità internazionale. La natura SaaS e multi-tenant consente di replicare il modello in nuovi mercati con tempi e costi contenuti, mentre la distribuzione multicanale permette di

raggiungere direttamente sia operatori sia clienti finali. Le partnership giocano un ruolo centrale, sia sul fronte commerciale sia su quello istituzionale. Collaborazioni con DMO, enti territoriali e operatori locali consentono di sviluppare un'offerta coerente con le specificità dei mercati e di accelerare l'ingresso in nuovi contesti geografici. In prospettiva, l'obiettivo è costruire una piattaforma globale di riferimento per il turismo incoming esperienziale, capace di integrare tecnologia, contenuti e territori, e di accompagnare la crescita del turismo internazionale verso modelli più sostenibili e distribuiti.