



Bilancio di Sostenibilità

2024

Il proprio impegno per un presente
e un futuro migliore.

Indice dei Contenuti

Lettera del Presidente
Nota metodologica

01



Il Gruppo Destination Italia

- 1.1 Highlights
- 1.2 La nostra storia
- 1.3 La visione del Gruppo e i nostri valori
- 1.4 Corporate Governance

02



Il percorso di sostenibilità in atto

- 2.1 Il modello di business e la creazione del valore
- 2.2 Gli stakeholder e il loro coinvolgimento
- 2.3 Il processo di analisi di materialità
- 2.4 Le certificazioni e i riconoscimenti
- 2.5 Le associazioni

03



La performance economica del Gruppo

- 3.1 I risultati economici del Gruppo
- 3.2 Il valore distribuito agli stakeholder
- 3.3 Il piano strategico per il 2025
- 3.4 La gestione del rischio
- 3.5 Gestione sostenibile della catena di fornitura

04



Il viaggiatore al centro della strategia

- 4.1 Eccellenza del servizio e qualità percepita
- 4.2 Tutela del viaggiatore e sicurezza operativa
- 4.3 Diritti, inclusione e impegno sociale
- 4.4 Ascolto, fiducia e protezione dei dati
- 4.5 Comunicazione etica e promozione sostenibile

05



Il valore del capitale umano

- 5.1 Le persone, la nostra ricchezza
- 5.2 Benessere e valorizzazione del personale
- 5.3 Diversità e inclusione
- 5.4 Salute e sicurezza

06



Innovazione e territorio

- 6.1 Ambiente: il nostro impegno per un mondo migliore
- 6.2 Il network dei local expert nel territorio italiano
- 6.3 I MEET Forum per la diffusione di pratiche sostenibili
- 6.4 I Riconoscimenti alle imprese sostenibili
- 6.5 Rigenerazione dei Borghi e Sviluppo Territoriale
- 6.6 Innovazione e digitalizzazione

Lettera del Presidente

Cari azionisti, stakeholder e tutti voi che seguite con attenzione il percorso di Destination Italia, il 2024 è stato un anno intenso e decisivo per il nostro Gruppo, contrassegnato da una forte determinazione a investire nel futuro, rafforzare le basi del nostro business e consolidare il posizionamento strategico che abbiamo costruito negli ultimi anni.

Sono particolarmente soddisfatta dei risultati raggiunti, non solo per i numeri conseguiti – con un EBITDA in crescita e ricavi consolidati – ma anche per la qualità del lavoro svolto, che ci consente oggi di guardare al 2025 con fiducia e ambizione.

Nel corso dell'anno abbiamo affrontato molteplici sfide: l'attuazione del nostro piano industriale, lo sviluppo di nuove infrastrutture digitali, l'integrazione di nuove società e la penetrazione di mercati strategici come il Nord America e l'Asia. Questi investimenti, pur significativi, stanno già producendo effetti tangibili in termini di efficienza, scalabilità e posizionamento competitivo.

Il processo di integrazione con Portale Sardegna continua a generare sinergie rilevanti, contribuendo a ottimizzare i costi e a creare un'unica identità forte e coesa. In linea con le linee guida di "Glocal Travel Tech", approvate dal Consiglio di Amministrazione a ottobre 2024, stiamo tracciando una rotta chiara: combinare la potenza dell'innovazione tecnologica con l'autenticità dei contenuti locali, grazie anche alla nostra rete di Local Expert attivi su tutto il territorio italiano.

Il lancio del progetto Destination Local Expert, la piattaforma Hubcore.AI, e la promozione del brand Charming Italy negli Stati Uniti – resa ancora più significativa dal sostegno della celebre attrice Whoopi Goldberg – sono solo alcuni esempi del nostro impegno a costruire una proposta turistica distintiva, fondata sull'autenticità, la sostenibilità e l'innovazione.

Anche sul fronte finanziario, il 2024 ha rappresentato un punto di svolta. Abbiamo rinnovato il nostro Prestito Obbligazionario, concluso aumenti di capitale strategici e intrapreso operazioni mirate di M&A, come l'acquisizione di **Il mio viaggio in Sicilia**, rafforzando così la nostra presenza nel turismo esperienziale e locale.

L'internazionalizzazione del Gruppo ha compiuto passi concreti: oltre al pieno avvio dell'ufficio di New York, abbiamo avviato le attività propedeutiche all'apertura della sede commerciale a Shanghai, prevista per giugno 2025, nell'ambito del progetto cofinanziato da Simest S.p.A.. Queste azioni ci permetteranno di rafforzare i rapporti con i partner esteri e di promuovere in maniera più efficace l'offerta turistica italiana nei mercati globali.

La sostenibilità rimane al centro della nostra visione strategica. Per il 2024 stiamo pubblicando la seconda edizione del Bilancio di sostenibilità e nell'anno in questione abbiamo organizzato tre edizioni del Meet Forum – Stati Generali del Turismo Sostenibile, con il contributo e la partecipazione attiva di istituzioni, operatori e stakeholder nazionali. Grazie anche al supporto del Gruppo Intesa Sanpaolo, abbiamo creato momenti di confronto concreti e orientati all'azione su temi cruciali per il futuro del nostro settore.

Il 2024 è stato, in sintesi, un anno di cantieri aperti, di investimenti strategici e di consolidamento organizzativo. Abbiamo posto le basi per un 2025 che già nel primo trimestre sta mostrando segnali incoraggianti, con un Gross Travel Value in crescita del 29% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente e indicatori economici in linea con gli obiettivi sfidanti fissati dal Consiglio di Amministrazione.

Il nostro modello multicanale e multi-brand si conferma vincente. Il percorso intrapreso è solido e ci rende pronti a cogliere le opportunità che emergeranno, sempre con l'obiettivo di generare valore per gli azionisti, benessere per i territori e futuro per il turismo italiano.

Con impegno, determinazione e spirito di squadra, continueremo a innovare, crescere e trasformare la visione Glocal in un esempio virtuoso di turismo sostenibile, inclusivo e digitale.

Un caro saluto,

Dina Ravera

Presidente del Consiglio di Amministrazione

Destination Italia S.p.A.

Nota Metodologica

Il presente documento rappresenta il Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Destination Italia (di seguito "Bilancio") ed è rivolto a tutti gli stakeholder come strumento di comunicazione trasparente delle politiche adottate, dei modelli di gestione implementati, dei risultati raggiunti e delle iniziative realizzate nel corso dell'esercizio 2024 (1° gennaio – 31 dicembre) in relazione alle principali tematiche di sostenibilità.

La rendicontazione di sostenibilità è stata condotta secondo il principio di materialità: i temi trattati nel presente documento sono stati identificati e valutati in funzione della loro rilevanza per il Gruppo e della loro capacità di rappresentare gli impatti generati sulle persone, sul territorio, sull'ambiente e sull'intera catena del valore, nonché di influenzare le decisioni dei principali stakeholder.

Il Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Destination Italia, pubblicato su base annuale e redatto su base volontaria, è conforme ai principi e ai contenuti definiti dagli Standard GRI (Global Reporting Initiative), secondo l'approccio "in Accordance" con i GRI Sustainability Reporting Standards. Le informazioni riportate fanno riferimento all'anno 2024 e sono dettagliate nell'Indice dei Contenuti GRI, consultabile in fondo al presente documento, che consente una lettura strutturata dei principali indicatori e delle relative sezioni di rendicontazione.

Il perimetro del Bilancio comprende la Capogruppo Destination Italia S.p.A. e le società consolidate integralmente al 31 dicembre 2024. Eventuali limitazioni di perimetro o esclusioni sono esplicitamente indicate nelle singole sezioni del documento.

La predisposizione del presente Bilancio è stata possibile grazie all'attivazione di un processo strutturato di reporting che ha coinvolto il personale della Capogruppo e delle società controllate, secondo modalità operative definite e condivise, a garanzia della coerenza e dell'affidabilità dei dati raccolti. Le informazioni sono state raccolte tramite apposite schede dati, in linea con i requisiti previsti dallo standard GRI. È in corso inoltre la formalizzazione di una procedura interna volta a sistematizzare il processo di reporting nel lungo periodo.

Per garantire la massima attendibilità e comparabilità delle informazioni, è stata data priorità all'inserimento di dati oggettivi e misurabili, limitando al minimo il ricorso a stime. Qualora utilizzate, queste ultime sono basate sulle migliori metodologie disponibili e opportunamente segnalate. Ove possibile, è stato proposto il confronto con l'anno precedente. Eventuali revisioni dei dati o aggiornamenti rispetto ai Bilanci di Sostenibilità precedenti sono chiaramente indicati.

Nel 2024 non si segnalano variazioni significative in termini di dimensione, struttura o proprietà del Gruppo. Per ulteriori dettagli sugli eventi di rilievo intervenuti durante l'esercizio si rimanda alla Relazione sulla Gestione contenuta nel Bilancio d'Esercizio e nel Bilancio Consolidato al 31 dicembre 2024.

Per ulteriori informazioni o approfondimenti in merito al Bilancio di Sostenibilità, è possibile scrivere all'indirizzo: esg@destinationitalia.com. Il documento è inoltre disponibile nella sezione dedicata del sito internet corporate del Gruppo Destination Italia.

01

Il Gruppo Destination Italia

1.1 Highlights

1.2 La nostra storia

1.3 La visione del Gruppo e i nostri valori

1.4 Corporate Governance



Highlights

156

Dipendenti

13%

Dirigenti e quadri

+60

Local expert sul territorio

3.964

Ore di formazione erogate

10.300

Euro in borse di studio erogate

57.7

Milioni di euro di ricavi

50

Fiere e missioni commerciali

55k

Follower B2C

112k

Follower B2B

1.000

Newsletter di promozione del territorio

1.486

Comuni italiani visitati dai viaggiatori in 20 regioni

130

Diversi source markets

TOP 5

Source markets

United States
Australia
Brazil
Argentina
United Kingdom

≈ 650

Agenzie e tour operator attivi nel 2024 in circa 90 Paesi

2.082

Fornitori diretti attivi sul territorio

Abruzzo	0,07%	Molise	0,10%
Basilicata	0,18%	Piemonte	0,95%
Calabria	0,25%	Puglia	3,05%
Campania	18,41%	Sardegna	11,75%
Emilia-Romagna	0,30%	Sicilia	2,67%
Friuli-Venezia Giulia	0,07%	Toscana	11,97%
Lazio	28,72%	Trentino-Alto Adige	0,42%
Liguria	2,59%	Umbria	0,34%
Lombardia	10,15%	Valle d'Aosta	0,25%
Marche	0,25%	Veneto	7,52%

1.2 La nostra storia

Fondata nel settembre 2016, Destination Italia Group nasce come travel tech company con l'ambizione di **rivoluzionare l'esperienza turistica** in Italia, con un'offerta su misura rivolta a una clientela di fascia alta. Dalla sua costituzione, la società ha intrapreso un percorso di crescita costante, sostenuto da solidi fondamentali economici, investimenti in tecnologia e un forte know-how nel settore del turismo esperienziale.

Nel corso degli anni, il Gruppo si è affermato come operatore di riferimento nell'ambito dell'Incoming, offrendo esperienze autentiche e personalizzate ai viaggiatori di tutto il mondo. Pur mantenendo salda la propria vocazione B2B nei segmenti Luxury & High End, Destination Italia ha ampliato nel 2023 il proprio raggio d'azione anche al B2C, grazie all'ingresso di portali e-commerce come Portale Sardegna e Charming.

L'attenzione al territorio, l'impegno verso la sostenibilità – ambientale, sociale ed economica – e una visione integrata del turismo come motore di valorizzazione culturale e identitaria, sono i pilastri che guidano ogni strategia e progetto del Gruppo.

A partire dal 2025, il Gruppo ha avviato una nuova progettualità dedicata al property management in collaborazione con enti pubblici e amministrazioni locali, partecipando a bandi pubblici per valorizzare il patrimonio immobiliare turistico dei territori. Sono già attive collaborazioni con i comuni di Capracotta, Capraia e la Garfagnana, con l'intento di sviluppare un modello di ospitalità sostenibile, diffusa e a forte impatto positivo sulle economie locali.

Nel corso della sua evoluzione, il Gruppo ha anche rafforzato la propria vocazione istituzionale e il proprio ruolo di aggregatore nazionale nel settore, diventando un riferimento per la promozione del sistema Italia nei mercati internazionali.

2024 • NOV
 Acquisizione Empeeria
 Lancio Charming Italy

2023 • GIU
 Fusione Portale Sardegna
 Acquisizione Hubcore.ai e Welcomely
 Acquisizione Destination Italia Corporation New York

2022 • NOV
 Costituzione Destination Beauty

2021 • OTT
 Quotazione sul Mercato EGM di Borsa Italiana

2018 • DIC
 Lancio SONO Travel Club Divisione Luxury

• LUG
 Lancio piattaforma online B2B

2017 • FEB
 Acquisizione DMC B2B Gartour

2016 • SETT
 Nasce Destination Italia Group



1.3 La visione del Gruppo e i nostri valori

Destination Italia Group è oggi il primo operatore incoming nel turismo di alta gamma in Italia. Il nostro obiettivo è ambizioso quanto chiaro: ridefinire il modello turistico italiano partendo dai territori e portando nel mondo un'immagine autentica, contemporanea ed eccellente del nostro Paese. Alla base di questo progetto ci sono valori forti e condivisi, che guidano ogni giorno le nostre azioni: innovazione, affidabilità, inclusività, sostenibilità e attenzione per la qualità dell'esperienza.

Collaboriamo con oltre 10.000 partner selezionati – tra hotel di lusso, trasporti privati, guide turistiche, artigiani locali, produttori e imprenditori territoriali – per offrire esperienze di viaggio altamente personalizzate e sempre in linea con i desideri e le aspettative dei turisti più esigenti. Siamo al fianco di migliaia di travel advisor e tour operator in più di 100 Paesi, che ogni anno ci affidano decine di migliaia di viaggiatori in cerca di autenticità, eccellenza e magia.

12 Crediamo che il turismo incoming aspirazionale e luxury rappresenti un'opportunità strategica ancora in gran parte da sviluppare: il potenziale inespresso di questo segmento è pari a quattro volte il mercato attuale. Per questo investiamo costantemente in tecnologie proprietarie (utilizzando anche l'intelligenza artificiale come strumento a integrazione dei nostri servizi), nello sviluppo della rete commerciale B2B sui mercati chiave – con l'apertura, nel 2024, della sede Destination Italia Group a New York – e nella crescita per linee esterne, come l'acquisizione del Gruppo Portale Sardegna.

Abbiamo creato il primo network nazionale di Destination Local Expert, imprenditori locali che rappresentano 90 touchpoint attivi sul territorio, capaci di accogliere, accompagnare e orientare i viaggiatori offrendo esperienze uniche e radicate nei luoghi. Il valore di questa rete risiede non solo nell'offerta turistica, ma nella capacità di valorizzare e proteggere le identità locali.

Un altro pilastro della nostra visione è la collaborazione attiva con istituzioni pubbliche e realtà strategiche, come il Ministero del Turismo, ambasciate, consolati, ENIT, e associazioni come la National Italian American Foundation. A partire dal 2024 abbiamo avviato un importante percorso con diversi comuni italiani – Capracotta, Capraia e Garfagnana – partecipando a bandi pubblici per progetti di property management finalizzati



01 al recupero e alla valorizzazione di immobili a fini turistici, rafforzando così il nostro impegno per un turismo che genera impatto positivo e duraturo nei territori.

Il nostro approccio sostenibile si riflette anche in iniziative come il MEET Forum, evento itinerante pensato per promuovere il dialogo tra stakeholder e diffondere le migliori pratiche ESG. Esempio concreto del nostro impegno è il progetto in corso nel Comune di Naso, in Sicilia, dove stiamo riqualificando edifici storici per trasformarli in strutture ricettive di alta gamma, contribuendo così al rilancio turistico ed economico del borgo.

Infine, essere una società quotata dal 2021 su Euronext Growth Milan di Borsa Italiana significa per noi operare con la massima trasparenza, etica finanziaria e impegno verso i nostri investitori. Tra questi, alcuni dei più importanti nomi dell'imprenditoria italiana: Intesa Sanpaolo, Riccardo Illy, Federico Grom e il Principe Vitaliano Borromeo, che condividono la nostra visione di un turismo italiano capace di unire eccellenza, innovazione e valorizzazione delle PMI.

1.4 Corporate Governance

STRUTTURA 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.

CDA 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. E' presente un Amministratore Indipendente i 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.

L'età media è pari a 53,2 anni.



Attualmente, il CdA è compost da cinque membri:

	Ruolo
Secondina Giulia Ravera	Presidente
Giulio Valiante	Amministratore Delegato
Massimiliano Cossu	Amministratore Delegato
Daniele Simonetti	Chief Financial Officer
Andrea Macchione	Amministratore indipendente

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

	Ruolo
Stefano Sarubbi	Presidente
Alberto Carlo Magri	Sindaco Effettivo
Alberto Venturini	Sindaco Effettivo
Roberto Cassader	Sindaco Supplente
Matteo Quaia	indaco 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.

L'età media è pari a 52 anni.

SOCIETÀ DI REVISIONE DELLA CAPOGRUPPO

La revisione legale dei conti è affidata alla società Crowe Bompani S.p.A., nominata dall'Assemblea degli Azionisti per il triennio 2022-2024. 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 125:2022 per la parità di genere, con un punteggio di 86,75/100, confermando l'impegno verso un ambiente lavorativo inclusivo, equo e meritocratico.

02

Il percorso di sostenibilità in atto

2.1 Il modello di business e la creazione del valore

2.2 Gli stakeholder e il loro coinvolgimento

2.3 Il processo di analisi di materialità

2.4 Le certificazioni e i riconoscimenti

2.5 Le associazioni



16

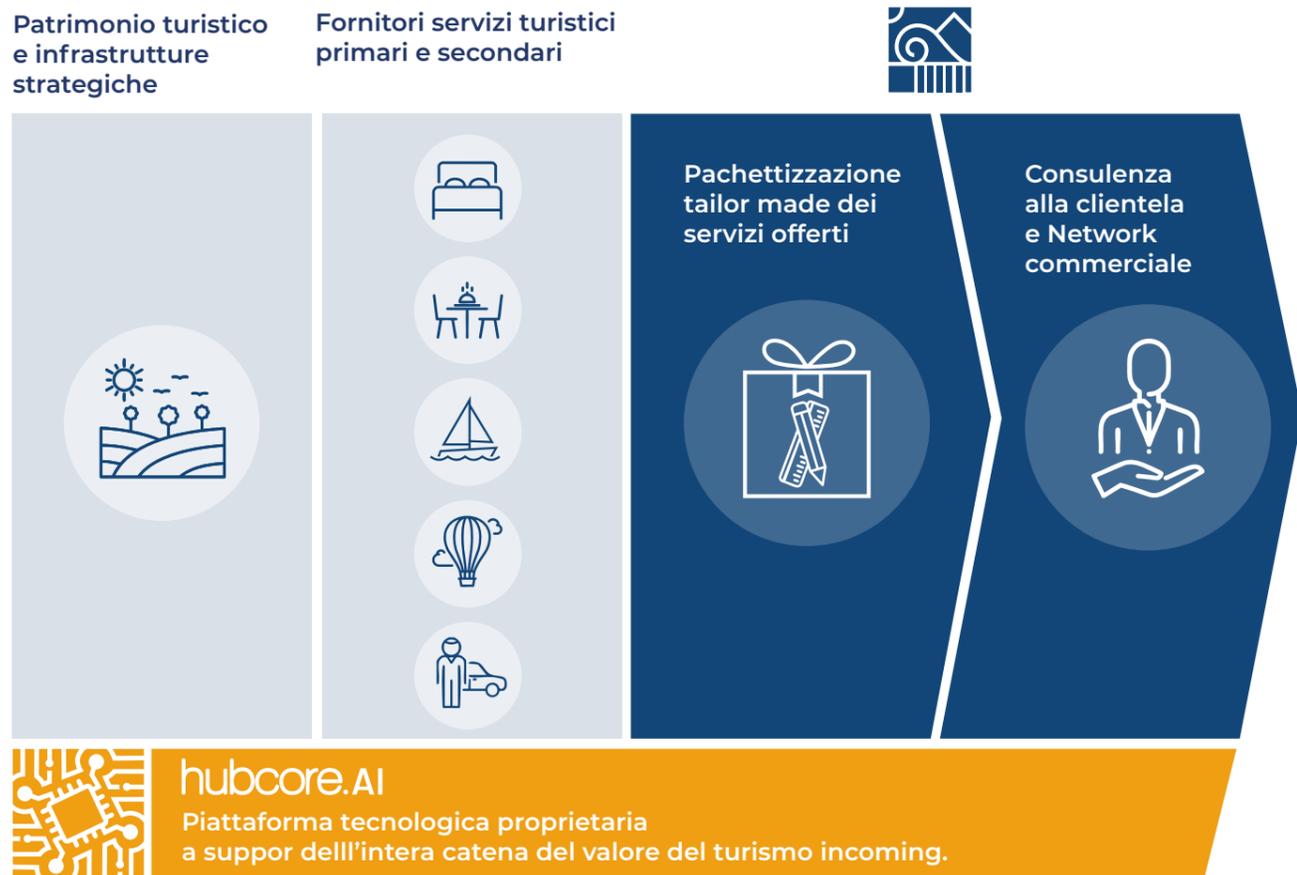
2.1 Il modello di business e la creazione del valore

Il modello di business del Gruppo Destination Italia si fonda su un approccio integrato e sostenibile, capace di coniugare crescita economica, innovazione digitale, inclusione sociale, valorizzazione dei territori e rispetto dell'ambiente. In linea con i principi ESG (Environmental, Social, Governance), il Gruppo promuove un turismo responsabile che crea valore nel tempo, condividendolo con le comunità locali e tutti gli attori della filiera.

La strategia del Gruppo mira a migliorare la qualità della vita dei viaggiatori, delle imprese turistiche e delle comunità ospitanti, contribuendo allo sviluppo di un ecosistema turistico più equilibrato, resiliente e competitivo. Attraverso un'offerta strutturata per essere operativa durante tutto l'arco dell'anno, anche in destinazioni minori ma di alto pregio culturale e ambientale, il Gruppo contribuisce ad alleviare la pressione del turismo nei periodi di alta stagione e a favorire la rigenerazione economica e sociale di territori meno conosciuti.

Il modello di creazione del valore di Destination Italia si ispira agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, in particolare ai goal relativi alla promozione di un lavoro dignitoso, alla crescita economica inclusiva, alla riduzione delle disuguaglianze, alla protezione del patrimonio naturale e alla costruzione di comunità sostenibili.

IL PROCESSO DI CREAZIONE DEL VALORE



I pilastri su cui si fonda il business model

Rete di Local Expert

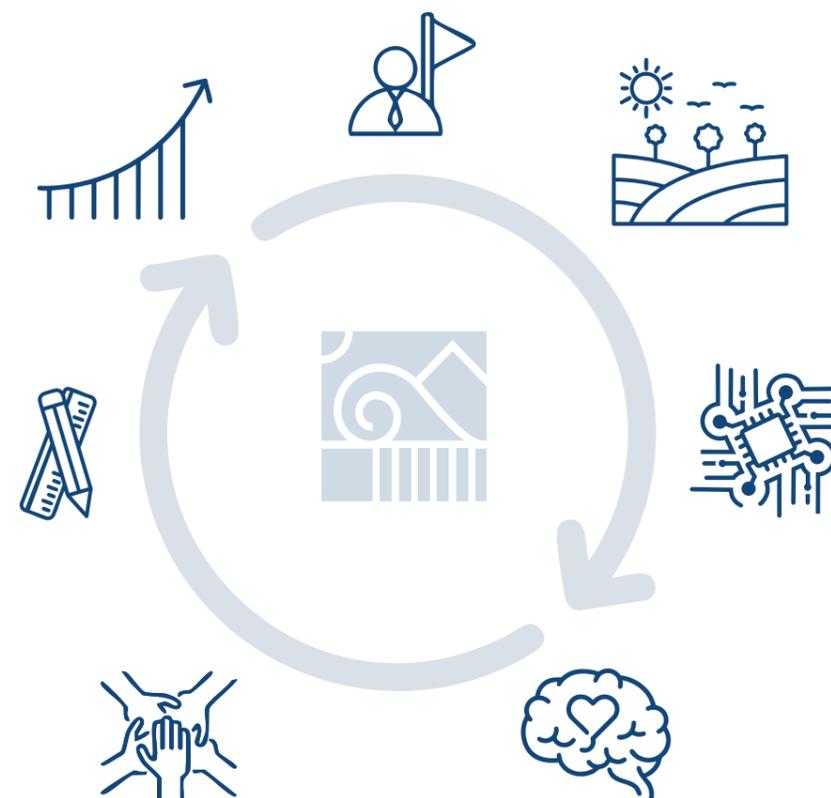
Una rete professionale diffusa sul territorio italiano, composta da consulenti turistici locali altamente qualificati, che permette di offrire esperienze autentiche, personalizzate e in linea con le caratteristiche uniche di ogni destinazione. Questi professionisti agiscono come mediatori culturali e promotori di un turismo rispettoso e consapevole.

Piattaforma tecnologica proprietaria

Il Gruppo ha sviluppato una tecnologia innovativa, flessibile e scalabile, disegnata su misura per supportare l'intera catena del valore del turismo incoming. La piattaforma consente l'integrazione tra offerta locale e domanda internazionale, semplifica i processi operativi, garantisce l'accesso a dati strategici e migliora l'efficienza delle vendite e del servizio clienti.

Rete di Local Ambassador: una forza vendita internazionale distribuita capillarmente nei mercati chiave esteri, formata da professionisti del settore che promuovono il prodotto turistico Italia nei paesi di origine. Gli Ambassador rappresentano un presidio commerciale strategico per sostenere l'internazionalizzazione del brand Italia, valorizzando al contempo le specificità regionali e locali.

Attraverso questo modello, Destination Italia si posiziona come attore chiave nello sviluppo di un turismo sostenibile e digitale, capace di generare valore condiviso per tutti gli stakeholder coinvolti: viaggiatori, operatori turistici, comunità locali, shareholder e istituzioni.



2.2 Gli stakeholder e il loro coinvolgimento

Il Gruppo Destination Italia riconosce pienamente la propria responsabilità nei confronti della società, del territorio e dei numerosi attori coinvolti nel sistema turistico. Per questo motivo, dedica grande attenzione ai propri stakeholder – interni ed esterni – garantendo coerenza con i valori espressi nel Codice Etico e nelle linee guida ESG che ispirano le scelte strategiche e operative del Gruppo.

La gestione e il coinvolgimento degli stakeholder rappresentano un elemento chiave per il successo della nostra visione di turismo sostenibile, inclusivo e innovativo. L'attenzione non si concentra solo sulle destinazioni italiane in cui operiamo direttamente, ma si estende anche su scala internazionale, grazie alla rete commerciale presente all'estero e alla promozione del brand Italia presso i mercati esteri ad alto potenziale, come l'America e l'Asia.

Il nostro impegno verso gli stakeholder si concretizza su più livelli:

Shareholder: Gli shareholder di Destination Italia Group rappresentano una componente fondamentale dell'identità e della strategia del Gruppo. In quanto azienda quotata sul mercato Euronext Growth Milan, Destination Italia si impegna a garantire la massima trasparenza, integrità e creazione di valore nel lungo termine per i propri azionisti.

Il coinvolgimento degli shareholder si concretizza attraverso una comunicazione chiara, tempestiva e coerente, che consente di condividere gli sviluppi strategici, i risultati economici e gli obiettivi di sostenibilità del Gruppo. La governance societaria è strutturata per favorire il dialogo continuo tra il management e gli investitori, promuovendo un approccio responsabile, innovativo e orientato alla crescita. Si tratta di veri e propri partner nello sviluppo di un modello turistico italiano competitivo e sostenibile.

Collaboratori: promuoviamo un ambiente di lavoro sicuro, stimolante e orientato allo sviluppo professionale, valorizzando il talento e la crescita delle persone che operano nel Gruppo e nella rete dei nostri Local Expert, i consulenti turistici territoriali che rappresentano una risorsa fondamentale per la valorizzazione delle destinazioni e delle comunità locali.

Clienti: operiamo con l'obiettivo di offrire un'esperienza di viaggio autentica, su misura, basata su contenuti originali e sostenibili, valorizzando l'identità culturale dei territori italiani. La tecnologia, attraverso soluzioni come Hubcore.AI, ci consente di rispondere con efficienza e personalizzazione alle esigenze di una clientela internazionale sempre più consapevole e attenta.

Fornitori e partner: costruiamo relazioni etiche, durature e trasparenti con operatori locali, enti pubblici, strutture ricettive, guide, trasportatori e altre realtà della filiera turistica, promuovendo una logica di crescita condivisa e sviluppo economico territoriale.

Comunità e territori: ci impegniamo nella riqualificazione delle destinazioni italiane attraverso la creazione di offerte turistiche sostenibili, la promozione del turismo delle radici e la partecipazione attiva ai processi di sviluppo locale, anche tramite eventi come i Meet Forum – Stati Generali del Turismo Sostenibile.

Ambiente: integriamo i principi della sostenibilità ambientale nelle nostre strategie, adottando pratiche responsabili che contribuiscano alla riduzione dell'impatto del turismo e alla tutela delle risorse naturali, culturali e sociali dei luoghi visitati.

L'identificazione e il dialogo continuo con i nostri stakeholder sono stati rafforzati da una costante analisi del contesto operativo, delle dinamiche del settore incoming e delle evoluzioni normative e di mercato, al fine di guidare un processo decisionale fondato sull'ascolto, sull'impatto positivo e sulla trasparenza. Il Gruppo Destination Italia riconosce pienamente la propria responsabilità nei confronti della società, del territorio e dei numerosi attori coinvolti nel sistema turistico. Per questo motivo, dedica grande attenzione ai propri stakeholder – interni ed esterni – garantendo coerenza con i valori espressi nel Codice Etico e nelle linee guida ESG che ispirano le scelte strategiche e operative del Gruppo.



- | | | | | |
|---|---|---|---|---|
| <p>Investitori e Soci</p> <ul style="list-style-type: none"> • Forniscono le risorse finanziarie necessarie per far crescere il business, • Contribuiscono con competenze, idee e impegno. | <p>Clienti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Scelgono i nostri servizi e, grazie a loro, il Gruppo può crescere e prosperare, • Ascoltarli, capire le loro esigenze e offrire sempre il meglio, porta qualità nella relazione di fiducia. | <p>Comunità e Territorio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Il rispetto dell'ambiente e delle persone che vivono nel luogo in cui operiamo aiuta a creare fiducia e responsabilità, • Supportare iniziative locali e contribuire allo sviluppo della comunità crea un legame forte con le persone. | <p>Collaboratori:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ambiente di lavoro sicuro, stimolante e orientato allo sviluppo professionale, • Valorizzazione del talento e crescita. | <p>Fornitori e Partner</p> <ul style="list-style-type: none"> • La qualità del servizio nasce da reciproche relazioni di fiducia, che garantiscono continuità, innovazione e valore per i clienti, • Lavorare in sintonia aiuta a risolvere eventuali sfide più facilmente e a creare opportunità di crescita condivisa. |
|---|---|---|---|---|

Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) 2030 delle Nazioni Unite

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.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



La tabella seguente mostra il collegamento fra le 16 tematiche materiali emerse dall'analisi di materialità e gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs).

Responsabilità	Tematica materiale	Correlazione con
Responsabilità ambientale	Consumi energetici	13 CLIMATE ACTION, 12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION, 3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING
	Gestione dei rifiuti	3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING, 6 CLEAN WATER AND SANITATION, 12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION, 8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH
	Cambiamento climatico	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION, 13 CLIMATE ACTION, 14 LIFE BELOW WATER, 15 LIFE ON LAND, 3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING
Responsabilità sociale	Rigenerazione dei territori	11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES, 8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH, 17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS, 13 CLIMATE ACTION
	Coinvolgimento delle comunità locali	4 QUALITY EDUCATION, 8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH, 10 REDUCED INEQUALITIES, 11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES, 17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS
	Trasformazione digitale	9 INDUSTRY INNOVATION AND INFRASTRUCTURE, 8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH, 12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION
	Gestione e sviluppo del capitale umano	4 QUALITY EDUCATION, 5 GENDER EQUALITY, 8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH, 10 REDUCED INEQUALITIES
	Centralità del cliente	16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS, 9 INDUSTRY INNOVATION AND INFRASTRUCTURE, 11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES
Responsabilità di Governance	Condotta aziendale ed etica	16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS, 5 GENDER EQUALITY
	Performance economica	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH, 9 INDUSTRY INNOVATION AND INFRASTRUCTURE

2.3 Il processo di analisi di materialità

L'analisi di materialità rappresenta un momento chiave per l'allineamento strategico tra le attività del Gruppo Destination Italia e i principi della sostenibilità. Nell'anno di rendicontazione, il Gruppo ha aggiornato la propria analisi dei temi materiali in conformità con le nuove linee guida del Global Reporting Initiative (GRI), applicabili ai report pubblicati dal 1° gennaio 2023. L'obiettivo è stato identificare gli impatti più significativi generati dalle attività del Gruppo, nonché quelli percepiti come prioritari da parte degli stakeholder interni ed esterni, nel contesto del turismo incoming in Italia.

L'analisi ha preso avvio da una visione d'insieme delle attività del Gruppo e delle sue relazioni di business, con particolare attenzione ai servizi tecnologici per il turismo, allo sviluppo delle destinazioni italiane e al ruolo della rete di Local Expert. Sono stati esaminati gli impatti – sia positivi che negativi – che Destination Italia può generare sull'economia, sull'ambiente, sulle comunità locali e sui diritti umani, attraverso l'offerta turistica, l'innovazione tecnologica e le attività di internazionalizzazione.

A seguire, è stata condotta un'analisi interna sulle pratiche adottate dal Gruppo per mitigare i rischi e amplificare gli impatti positivi, in particolare nel campo della rigenerazione dei territori, della digitalizzazione dei servizi, della sicurezza dei viaggiatori e della valorizzazione del capitale umano. Tale analisi ha contribuito alla definizione degli assi strategici di sostenibilità, in coerenza con la visione del Gruppo: costruire un modello turistico italiano competitivo, accessibile, inclusivo e sostenibile, capace di attrarre flussi incoming di qualità.

In parallelo, è stata svolta un'analisi del contesto esterno, osservando i trend emergenti nel settore del turismo responsabile, gli standard internazionali, le pratiche degli stakeholder istituzionali e privati, e i rischi connessi al cambiamento climatico, alla salvaguardia del patrimonio naturale e culturale, e all'uso efficiente delle risorse in ottica di economia circolare.

L'analisi ha permesso di identificare i principali impatti ambientali, sociali ed economici tipici del settore turistico e di associarli ai temi rilevanti per Destination Italia. Il processo di stakeholder engagement è stato svolto mediante un questionario rivolto a nove categorie di stakeholder: dipendenti, top management, Local Expert, istituzioni pubbliche, clienti, partner tecnologici, fornitori, investitori e comunità territoriali. A ciascun gruppo è stato

chiesto di valutare l'importanza degli impatti associati ai temi chiave di sostenibilità.

Sulla base delle risposte ottenute, gli impatti sono stati classificati in ordine di significatività, consentendo così l'aggiornamento della lista dei temi materiali più rilevanti per la rendicontazione. La lista aggiornata è stata successivamente validata dal Consiglio di Amministrazione del Gruppo in data 27/04/2025.

Inoltre, è stata stabilita una soglia di materialità al di sotto della quale alcuni temi – pur considerati rilevanti – non sono stati inclusi nella lista finale delle tematiche materiali. Tali temi includono:

- Il marketing responsabile
- Il turismo responsabile
- Il tema della biodiversità



Responsabilità verso persone e viaggiatori		Responsabilità
1	Tematica di sostenibilità	Responsabilità di riferimento
2	Salute e sicurezza	Responsabilità verso persone e viaggiatori
3	Condotta aziendale ed etica	Responsabilità di governance
4	Cambiamento climatico	Responsabilità ambientale
5	Rigenerazione dei territori	Responsabilità sociale
6	Coinvolgimento delle comunità locali e globali	Responsabilità sociale
7	Trasformazione digitale	Responsabilità innovativa e di competitività
8	Centralità del cliente	Responsabilità verso i viaggiatori
9	Economia circolare	Responsabilità ambientale

Tra queste, emergono come prioritarie:

- La salute e sicurezza, che Destination Italia garantisce sia nei confronti del proprio personale che dei viaggiatori;
- La condotta etica, quale fondamento dei rapporti con stakeholder e territori;
- La rigenerazione dei territori, attraverso la valorizzazione delle destinazioni italiane meno battute e la creazione di reti turistiche locali;

L'innovazione digitale, con soluzioni come Hubcore.AI, a supporto di un'offerta turistica evoluta e sostenibile.

Il Gruppo continuerà a monitorare l'evoluzione dei temi materiali in relazione al contesto economico, sociale e ambientale nazionale e internazionale, affinché le strategie aziendali possano anticipare le sfide future e contribuire concretamente allo sviluppo di un modello di turismo incoming italiano più giusto, competitivo e sostenibile.



2.4 Le certificazioni e i riconoscimenti

Il 2024 rappresenta per il Gruppo Destination Italia un anno di consolidamento e riconoscimento pubblico del percorso intrapreso verso la piena sostenibilità, la valorizzazione dei territori e l'eccellenza operativa. Dopo anni di profonda trasformazione, avviata nel pieno delle difficoltà globali del 2020, l'azienda si presenta oggi come un modello virtuoso nel panorama del turismo incoming italiano, in grado di coniugare innovazione, responsabilità e crescita.

Proprio quest'anno, a conferma dell'impegno verso le tematiche ESG e di una visione strategica chiara, Destination Italia ha ottenuto importanti certificazioni che attestano il livello raggiunto in termini di sostenibilità, parità di genere, qualità e sicurezza:

Certificazione UNI/PdR 125:2022, con un punteggio di 86,75/100, che certifica le nostre politiche attive in tema di equità, inclusione e parità di genere all'interno dell'organizzazione.

Travelife Partner – Committed to Sustainability, riconoscimento internazionale che premia le imprese del turismo impegnate in pratiche etiche, responsabili e sostenibili lungo tutta la filiera.

Certificazione SMS (Safety Management System) di Hotel Check, che attesta l'adozione di un sistema proattivo di gestione dei rischi legati alla sicurezza nei servizi turistici.

Parallelamente, il 2024 è stato anche un anno di riconoscimenti importanti da parte del mercato e dei nostri partner internazionali, che confermano l'alta qualità del lavoro svolto:

Audley Travel (UK) ci ha premiato con il riconoscimento "Partnership Award Winner – Best Supplier", a testimonianza della collaborazione solida, della qualità dei servizi offerti e dell'affidabilità dimostrata nel tempo.

TBO Holidays (India) ci ha conferito il premio "TBO Stars Award for Outstanding Performances", un riconoscimento per le performance eccezionali nella gestione dei servizi per i loro clienti.

A questi premi si aggiungono partnership commerciali altamente qualificate, tra cui:

Internova Select In-Country Partner, rete globale del turismo di lusso che seleziona i migliori fornitori in base a standard qualitativi rigorosi.

L'ingresso nel **network Ensemble**, che riunisce i principali travel advisor del mercato nordamericano specializzati in viaggi tailor-made di alta gamma.

Xò Private, la prestigiosa directory che rappresenta gli specialisti delle esperienze di viaggio più straordinarie al mondo. SONO Travel Club è associata alla directory XO in qualità di Destination Master.

Questi risultati non rappresentano un punto di arrivo, ma la conferma di una direzione chiara e condivisa: fare del turismo un motore di valore economico, sociale e ambientale diffuso su tutto il territorio italiano. È la visione che guida ogni giorno le persone di Destination Italia – con passione, competenza e un forte senso di responsabilità verso il futuro.

Certificazione per la Parità di Genere



CERTIFICATO N.
UNI/PdR 125:2022-36/23



SGQ N° 002 A
Membro degli Accordi di
Mutuo Riconoscimento EA,
IAF e ILAC
Signatory of EA, IAF and
ILAC Mutual Recognition
Agreements



2.5 Associazioni

Le associazioni imprenditoriali alle quali Destination Italia Group fa riferimento sono AssoNEXT e FTO; le stesse sono impegnate nel promuovere pratiche ESG tra le imprese italiane, contribuendo allo sviluppo di un'economia più sostenibile, inclusiva e trasparente.

AssoNEXT, rappresentando le PMI quotate in Borsa, promuove la cultura dell'investimento responsabile e il finanziamento sostenibile, facilitando l'accesso delle piccole e medie imprese a capitali che rispettano criteri ESG. L'associazione lavora per migliorare la governance aziendale, la trasparenza e la gestione del rischio, incentivando le imprese a integrare la sostenibilità nelle strategie di crescita.

FTO (Federazione Turismo Organizzato) opera per diffondere tra i suoi associati buone pratiche di sostenibilità ambientale e sociale nel settore turistico, sostenendo l'innovazione tecnologica e la formazione. La federazione promuove il rispetto dei diritti dei lavoratori, la sicurezza sul lavoro e il dialogo costante con le istituzioni per un turismo più responsabile e inclusivo.

In sintesi, queste associazioni rappresentano un pilastro per la diffusione dei valori ESG nel tessuto imprenditoriale italiano, agendo come catalizzatori di un cambiamento virtuoso e integrato tra ambiente, società e governance.



03

La performance economica del Gruppo

- 3.1 I risultati economici del Gruppo

- 3.2 Il valore distribuito agli stakeholder

- 3.3 Il piano strategico per il 2025

- 3.4 La gestione del rischio

- 3.5 Gestione sostenibile della catena di fornitura



3.1 Risultati Economici del Gruppo

Nel corso del 2024, Destination Italia ha confermato la propria solidità economica e gestionale, consolidando ulteriormente la propria posizione nel mercato del turismo di alta gamma. In un contesto macroeconomico segnato da persistenti incertezze e instabilità geopolitiche – tra cui il protrarsi del conflitto tra Russia e Ucraina, le tensioni in Medio Oriente e gli impatti sulla logistica globale derivanti dalla crisi del Canale di Suez – l'azienda ha dimostrato reattività, resilienza e capacità di adattamento, adottando strategie flessibili e soluzioni innovative per garantire la continuità operativa e, al contempo, generare valore.

Questa capacità di risposta si è tradotta in un andamento positivo dei principali indicatori economici, con una crescita progressiva rispetto agli anni precedenti. Il fatturato ha beneficiato sia dell'ampliamento dell'offerta turistica – sempre più in linea con le nuove esigenze di personalizzazione e sostenibilità dei viaggiatori – sia del rafforzamento delle relazioni con partner e stakeholder, in Italia e all'estero. In tale contesto, la diversificazione delle attività e l'investimento continuo in tecnologie digitali si sono confermati leve strategiche per la resilienza del modello di business.

Coerentemente con i principi della sostenibilità economica, il Gruppo ha continuato a promuovere pratiche finanziarie responsabili e orientate al lungo termine, perseguendo un equilibrio virtuoso tra performance economica, impatto sociale e tutela dell'ambiente. I risultati raggiunti nel 2024 rappresentano una solida conferma della validità di un approccio strategico che coniuga solidità, innovazione e creazione di valore condiviso.

	2024	2023	Variazione %
Valore della produzione	57.783	55.439	+4%
Totale costi operativi	-56.846	-55.488	+2%
EBITDA	937	-49	>100%
EBIT	-1.701	-1.967	+14%
Risultato ante imposte	-2.003	-2.499	+20%
Risultato netto	-1.628	-2.253	+28%



3.2 Il 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.

Nel corso del 2024, 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.

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. 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 2024 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.



3.3 Piano strategico 2025

Il progetto strategico di Destination Italia mira al consolidamento di un modello di business innovativo e distintivo nel contesto competitivo internazionale: "The First GLocal Travel Tech". Questo approccio integra l'offerta di contenuti turistici locali, ideati da una rete di esperti territoriali, con una piattaforma tecnologica proprietaria ad alto livello di automazione, consentendo una gestione integrata End-to-End e l'accesso ai mercati globali tramite una strategia distributiva multi-canale. Tale modello si configura come un unicum nel panorama del turismo Incoming, differenziandosi in maniera sostanziale rispetto ai principali player di settore.

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 Hubcore.AI rappresenta la soluzione tecnologica proprietaria sviluppata internamente, in linea con la mission aziendale. Grazie alla sua configurabilità e replicabilità, la piattaforma si colloca tra i più avanzati Destination Management System (DMS) a livello europeo. Dotata di strumenti basati su intelligenza artificiale, consente una gestione ottimizzata dei contenuti turistici e un'operatività efficiente, riducendo significativamente il carico di lavoro per la creazione, l'aggiornamento e la promozione delle esperienze di viaggio.

2. Destination-Driven Approach

In contrapposizione al modello globalista e standardizzato delle grandi OTA, il Gruppo adotta un approccio fondato sull'identità e sulle vocazioni dei singoli territori. Attraverso la rete dei Local Expert e il progetto "Experience Maker", Destination Italia valorizza il patrimonio locale trasformandolo in esperienze esclusive e ad alto valore aggiunto. Questo modello si traduce anche in progetti concreti di rigenerazione urbana e ospitalità sostenibile, in sinergia con investitori terzi del settore Real Estate. In tal senso, il Gruppo opera anche come "derisker", contribuendo alla trasformazione di aree sottoutilizzate in nuove destinazioni turistiche sostenibili e redditizie.

3. Market Global Approach

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

Il lancio, previsto per novembre 2024, della piattaforma B2C Charmingitaly.com, accompagnato da un'importante campagna promozionale sul mercato statunitense, darà impulso al canale B2B2C.

La crescita della filiale americana e l'apertura di nuovi presidi commerciali in mercati strategici (Shanghai, Tokyo, Dubai, San Paolo) testimoniano l'approccio sales-driven previsto per il 2025, sostenuto da un catalogo multi-mercato e strumenti di marketing in private label per i partner B2B.

Il progetto Local Ambassador, avviato nel settembre 2024, prevede la creazione di una rete globale di promotori locali. L'obiettivo è il raggiungimento di 500 Ambassador entro il 2029, a supporto dell'espansione dei canali B2B2C e della capillarità commerciale.

4. Multi-Destination Strategy

L'adozione di una tecnologia scalabile consente al Gruppo un'espansione rapida ed efficiente in nuove aree geografiche. L'apertura di una destinazione richiede meno di sei mesi e un investimento contenuto. I Paesi prioritari per il 2025 includono Turchia



e Grecia, con una successiva estensione nel 2026 verso Spagna, Portogallo, Francia, Svizzera e Albania. Il network esistente di oltre 1.000 operatori B2B sarà in grado di promuovere queste nuove destinazioni attraverso la medesima piattaforma tecnologica, garantendo uniformità, efficienza e coerenza con il modello Glocal.

5. ESG Approach

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

La valorizzazione delle aree interne e dei borghi, attraverso iniziative che mirano a generare sviluppo economico sostenibile e inclusivo;

La riduzione dell'overtourism mediante la promozione di mete alternative e la destagionalizzazione dell'offerta turistica;

La diffusione di una cultura della sostenibilità lungo tutta la filiera turistica.

Un'iniziativa di particolare rilevanza è il MEET Forum – Mediterranean European Economic Tourism Forum, evento internazionale che si configura come laboratorio di riflessione e proposta sui temi dello sviluppo turistico sostenibile. Il Forum riunisce esperti scientifici, stakeholder istituzionali e finanziari per definire strategie di crescita compatibili con i criteri ESG per l'Italia e l'area mediterranea. A partire dal 2023, l'iniziativa è stata replicata a livello regionale, con il coinvolgimento diretto dei territori.

Target Economico-Finanziari 2025

Alla luce degli investimenti sostenuti e delle iniziative in fase di rilascio, la Società prevede per l'esercizio 2025 i seguenti obiettivi:

Valore della Produzione (VdP): compreso tra 75 e 90 milioni di euro. La crescita sarà trainata dall'ampliamento della rete commerciale internazionale, dall'avvio del canale B2C e dall'integrazione di nuove soluzioni di viaggio in linea con i trend emergenti;

EBITDA: compreso tra 3,0 e 4,5 milioni di euro. L'aumento della marginalità sarà supportato dalle efficienze operative derivanti dall'impiego della tecnologia proprietaria e dall'incremento dei principali indicatori di performance (tasso di conversione, valore medio delle prenotazioni, margine netto per prenotazione).

La variabilità dei target è riconducibile ai tempi di implementazione e pieno regime degli strumenti tecnologici introdotti nel 2024, in particolare Hubcore.AI, che contribuirà al miglioramento della produttività e alla piena valorizzazione dei contenuti generati dai Local Expert, rafforzando ulteriormente il posizionamento distintivo del modello Glocal di Destination Italia.

3.4 La gestione del rischio

Rischio di liquidità

Nel contesto del modello di business adottato da Destination Italia, caratterizzato da flussi di cassa regolari e da un'elevata resilienza operativa, il rischio di liquidità si mantiene su livelli contenuti. In linea con i principi di gestione responsabile e sostenibile delle risorse finanziarie, nel corso del 2024 la Società ha proseguito il rafforzamento della propria struttura patrimoniale attraverso azioni mirate volte a consolidare la stabilità finanziaria nel medio-lungo periodo.

In particolare, si evidenziano due iniziative strategiche:

1. L'aumento di capitale deliberato nel dicembre 2024 per un importo complessivo di 5 milioni di euro, di cui oltre 1 milione già versato, volto a sostenere i piani di sviluppo internazionale e di innovazione digitale;
2. Il rinnovo della scadenza del prestito obbligazionario, estesa al 2027, a conferma della fiducia degli investitori nella solidità del Gruppo.

Tali interventi hanno consentito un incremento delle disponibilità finanziarie, rafforzando la capacità dell'organizzazione di affrontare eventuali shock di mercato senza compromettere gli obiettivi ESG. La Società adotta una politica finanziaria improntata alla prudenza, evitando operazioni speculative e favorendo allocazioni di capitale orientate alla creazione di valore sostenibile e duraturo. Il contesto operativo del settore turistico e l'impianto strutturale del modello Glocal contribuiscono ulteriormente a ridurre la complessità e l'esposizione al rischio finanziario, anche grazie alla prevalente denominazione in Euro delle transazioni.

Rischio di prezzo

Il Gruppo opera in un settore esposto alle dinamiche inflazionistiche e all'oscillazione dei costi energetici e delle materie prime. In coerenza con una gestione ESG integrata, Destination Italia ha adottato una struttura di costi flessibile, supportata da accordi pluriennali con partner strategici. Tali strumenti si sono rivelati efficaci nel contenere l'impatto delle variazioni di prezzo, assicurando stabilità ai margini operativi nel corso del 2024. La Società continuerà a monitorare proattivamente le tendenze di mercato, adottando soluzioni capaci di garantire equilibrio economico e sostenibilità operativa.

Rischio di credito

La gestione del rischio di credito è parte integrante della strategia di sostenibilità finanziaria del Gruppo. Nel 2024 è stato confermato l'approccio prudenziale nella concessione del credito commerciale, con un'attenta valutazione preventiva della solvibilità dei clienti e un costante monitoraggio dell'esposizione. Sono stati inoltre effettuati accantonamenti in linea con i principi contabili internazionali (IFRS), al fine di garantire un'adeguata copertura contro eventuali insolvenze. Questa disciplina finanziaria contribuisce a preservare la solidità del capitale circolante netto, elemento fondamentale per una crescita sana e sostenibile.

Rischio di cambio

L'esposizione al rischio di cambio risulta contenuta, in quanto la maggior parte delle transazioni avviene in Euro. Tuttavia, in considerazione della progressiva espansione internazionale del Gruppo, alcune operazioni in valuta estera potrebbero essere soggette a oscillazioni nei tassi di cambio. La Società monitora costantemente tali esposizioni, con l'obiettivo di valutare e implementare, ove necessario, strumenti di copertura coerenti con una gestione del rischio responsabile.

3.5 Gestione Sostenibile della Catena di Fornitura

Il Gruppo Destination Italia si impegna a gestire la propria catena di fornitura in accordo con i principi della sostenibilità, privilegiando fornitori locali e instaurando con essi un dialogo continuo. Questo approccio consente di aumentare il controllo sia a livello interno che esterno, garantendo elevati standard di qualità per tutti gli stakeholder.

L'obiettivo del Gruppo è soddisfare le esigenze dei propri clienti mantenendo alti standard di qualità. Questo è possibile grazie alla cooperazione, collaborazione e alla costruzione di relazioni stabili e basate sulla fiducia, che il Gruppo Destination Italia ha sviluppato negli anni con tutti i propri partner.

Principali Categorie di Fornitura

Le principali categorie di fornitura che consentono al Gruppo di svolgere la propria attività includono:

Fornitori dell'ospitalità turistica: rappresentano la parte più significativa del costo (hotel, resort, residence, appartamenti).

Vettori: treni, navi, NCC, auto a noleggio, barche. Si osserva una crescita nell'utilizzo dei vettori sostenibili come i treni (+5% rispetto all'anno precedente).

Servizi esperienziali: nel 2024, il Gruppo ha investito significativamente nella valorizzazione del turismo di destagionalizzazione e nella lotta all'overtourism. Circa il 70% delle esperienze sono ora costruite fuori dalle destinazioni italiane più affollate come Venezia, Firenze, Roma e Milano, oltre ad altre località come le Cinque Terre, Capri e la Costiera Amalfitana.

Altre Tipologie di Fornitura

Altre tipologie di fornitura includono servizi di consulenza, uffici stampa, organizzatori di eventi fieristici e servizi informatici.

Dati sui Fornitori

Nel 2024, i fornitori attivi sono stati 2.082, di cui il 99% rappresentato da fornitori di servizi turistici e l'1% da fornitori di supporto. Inoltre, circa il 98% dei fornitori è nazionale, a testimonianza dell'impegno del Gruppo nel favorire fornitori locali e contribuire allo sviluppo economico, sociale e ambientale locale.

Dati al 31.12.2024

2.082 Fornitori attivi al 31.12.2024

98% Fornitori nazionali sul totale fornitori

Infine, il Gruppo ritiene che uno degli aspetti cruciali di una gestione sostenibile della catena di fornitura sia curare a monte la selezione dei fornitori stessi.

Per questo motivo, a partire dal 2019, le funzioni dei Product Specialist e dei Accommodation Specialist si sono attivate per predisporre il controllo dei fornitori finalizzata a definire il processo di qualificazione e successiva valutazione della capacità operativa e dell'affidabilità etica delle Controparti, attraverso visite e l'analisi dei partner selezionati. Nel solo 2024 i team hanno incontrato circa 1.200 fornitori e nell'ultimo biennio, oltre il Gruppo ha visitato oltre l'80% dei fornitori con l'obiettivo di migliorare la conoscenza della propria supplier chain, ottimizzare la gestione del rapporto in essere con i propri fornitori, ma soprattutto rafforzare e migliorare i presidi in ambito di valutazione dei rapporti di fornitura.

04

Il viaggiatore al centro della strategia

- 4.1 Eccellenza del servizio e qualità percepita
- 4.2 Tutela del viaggiatore e sicurezza operativa
- 4.3 Diritti, inclusione e impegno sociale
- 4.4 Ascolto, fiducia e protezione dei dati
- 4.5 Comunicazione etica e promozione sostenibile



4.1 Eccellenza del servizio e qualità percepita

Al centro della strategia di Destination Italia Group vi è la soddisfazione del viaggiatore e la costruzione di una relazione di valore basata sull'ascolto, sulla fiducia e sull'innovazione. Il Gruppo promuove un approccio orientato alla co-creazione dell'esperienza turistica, collaborando attivamente con clienti, Local Expert e partner per progettare soluzioni su misura, autentiche e sostenibili.

La qualità del servizio non si misura soltanto in termini di efficienza operativa, ma soprattutto attraverso la capacità di anticipare i desideri dei viaggiatori e di rispondere tempestivamente alle loro esigenze, offrendo un'esperienza coinvolgente in ogni fase del viaggio.

Per questo motivo, Destination Italia ha adottato una politica per la qualità che riflette i propri valori e obiettivi strategici, in linea con i principi ESG e con un modello di sviluppo turistico inclusivo e rigenerativo. Questa politica è pensata per guidare le scelte aziendali, monitorare il

raggiungimento degli obiettivi di qualità e promuovere un miglioramento continuo dei processi.

L'impegno del Gruppo include:

1. il rispetto dei requisiti normativi e delle aspettative dei viaggiatori e delle comunità ospitanti,
2. il potenziamento della relazione con tutte le parti interessate,
3. la valorizzazione del capitale umano e delle reti locali,
4. la costante evoluzione dei propri strumenti digitali per una gestione più efficiente e trasparente del servizio.

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.

1 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.

2 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.

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

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

5 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.

6 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.

Destination Italia Group ha definito una serie di indicatori di qualità strettamente legati ad aspetti strategici del proprio operato, la cui misurazione risulta fondamentale per garantire un'esperienza di viaggio sempre più soddisfacente e di alto livello. Tali fattori includono, tra gli altri, 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, la disponibilità e cortesia del personale, l'attenzione verso le esigenze di categorie di viaggiatori con bisogni specifici, nonché l'impegno nella tutela dell'ambiente.

Di seguito viene fornita una panoramica degli indicatori medi di qualità relativi alla puntualità e regolarità dei servizi monitorati dal Gruppo per l'anno 2024. Rispetto all'anno precedente, l'analisi include tutte le società appartenenti al perimetro del Destination Italia Group.

In caso di interruzioni o malfunzionamenti dei servizi turistici causati da forza maggiore, eventi imprevisi o circostanze indipendenti dalla volontà del Gruppo, Destination Italia si impegna a fornire tempestivamente un'adeguata comunicazione ai viaggiatori, pubblicando aggiornamenti sul proprio sito web e presso i punti informativi o contattando direttamente i clienti, con l'obiettivo di ridurre al minimo i disagi.

Analogamente, nel caso in cui la sospensione del servizio sia imputabile a disfunzioni interne, il Gruppo attiva le stesse misure informative, garantendo trasparenza e supporto agli utenti coinvolti.

Nei casi di cancellazione di un servizio per cause riconducibili al Gruppo, ai viaggiatori viene offerta la possibilità di fruire dell'esperienza turistica in una data alternativa, compatibilmente con l'offerta disponibile, oppure di richiedere il rimborso dell'importo corrisposto.

Un'attenzione particolare è rivolta alle persone con disabilità o mobilità ridotta, affinché possano vivere il viaggio in piena sicurezza e comfort. Per questo motivo, Destination Italia ha definito specifiche procedure che prevedono l'assistenza dedicata da parte del personale, pronto ad affiancare il viaggiatore e il suo accompagnatore lungo l'intera esperienza, rispondendo con attenzione alle esigenze dichiarate in fase di prenotazione.

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'impegno nella tutela dell'ambiente



La disponibilità e cortesia del personale, l'attenzione verso le esigenze di categorie di viaggiatori con bisogni specifici, espressi direttamente e tramite le agenzie internazionali partner del Gruppo.

Hubcore: il sistema di prenotazione al servizio della clientela.



4.2 Tutela del viaggiatore e sicurezza operativa

Per Destination Italia, la sicurezza e la tutela dei viaggiatori rappresentano un valore imprescindibile su cui si fonda l'intera offerta turistica. Tutte le attività di controllo, prevenzione e monitoraggio vengono implementate nel pieno rispetto delle normative vigenti, in linea con i più elevati standard di qualità e sicurezza del settore turistico.

Consapevole della propria responsabilità nel garantire un'esperienza di viaggio sicura e affidabile, Destination Italia richiede che ogni operazione svolta dal proprio team – sia in fase di pianificazione che durante l'erogazione dei servizi sul territorio – rifletta l'impegno dell'azienda nel raggiungere 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 costantemente in risorse qualificate e in una struttura organizzativa efficiente e flessibile, capace di affrontare con tempestività ogni eventuale criticità. Vengono inoltre definiti compiti e responsabilità chiari, stabiliti requisiti di formazione per il personale e coordinate tutte le attività interne ed esterne per garantire un'elevata prontezza operativa, sia nella gestione quotidiana che in situazioni straordinarie.

4.3 Diritti, inclusione e impegno sociale

Consapevole dell'importanza strategica del proprio ruolo nel promuovere e facilitare il turismo in Italia, Destination Italia dedica particolare attenzione alle esigenze di turisti, viaggiatori e operatori del settore che scelgono il nostro Paese come meta. L'obiettivo è offrire un'esperienza di viaggio accessibile, inclusiva e di qualità, valorizzando l'intero territorio nazionale attraverso soluzioni personalizzate e servizi integrati.

In quest'ottica, Destination Italia promuove agevolazioni e convenzioni dedicate a particolari categorie di viaggiatori, come studenti, senior, famiglie e gruppi organizzati, oltre a condizioni vantaggiose per clienti abituali e partner professionali del settore. Le iniziative di fidelizzazione sono pensate per incentivare un turismo consapevole, responsabile e diffuso, in linea con i principi di sostenibilità e valorizzazione delle economie locali.

Destination Italia ha inoltre in programma di attivare partnership e programmi di cooperazione con trasporti locali, strutture ricettive e altre realtà del turismo per favorire l'integrazione dei servizi e la fruibilità dell'offerta, anche nelle aree meno battute dal turismo di massa. Tra gli strumenti adottati figurano circuiti di fidelizzazione, carte turistiche regionali e pacchetti integrati che includono trasporti, esperienze culturali e visite guidate.

L'acquisto di un viaggio con Destination Italia dà origine a una relazione trasparente e orientata alla soddisfazione del cliente, fondata su elevati standard qualitativi e su una serie di diritti garantiti al viaggiatore, riepilogati all'interno della nostra Carta dei Servizi. I principali diritti riconosciuti ai nostri clienti includono:

Continuità e affidabilità nell'erogazione dei servizi acquistati.

1. Sicurezza e serenità durante ogni fase del viaggio.
2. Puntualità e rispetto degli orari e delle condizioni contrattuali.
3. Accesso chiaro e immediato a tutte le informazioni relative a itinerari, servizi, tariffe e condizioni di viaggio.
4. Trasparenza sulle modifiche o interruzioni del servizio e tempestiva comunicazione delle stesse.
5. Diritto al rimborso o al riutilizzo dei servizi non fruiti per cause imputabili all'organizzazione, secondo le modalità indicate nei termini di contratto.
6. Assistenza personalizzata durante l'intero viaggio.
7. Cura dell'accoglienza, dell'igiene e del comfort nei servizi forniti.
8. Impegno nel rispetto delle normative vigenti, inclusi i divieti specifici come quello di fumo nei luoghi chiusi.
9. 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.

4.4 Ascolto, fiducia e protezione dei dati

Destination Italia pone grande attenzione alla relazione con il cliente fin dal primo contatto, già al momento della prenotazione del viaggio. Ogni interazione è pensata per instaurare un rapporto basato su fiducia, professionalità e trasparenza, elementi fondamentali per garantire un'esperienza positiva e memorabile.

Il Gruppo investe costantemente nella formazione del proprio personale – sia interno che presso i partner locali – affinché ogni membro del team operi con cortesia, competenza e rispetto nei confronti dei viaggiatori, rappresentando al meglio i valori di accoglienza e ospitalità del nostro Paese.

Il customer care di Destination Italia è sempre a disposizione per fornire informazioni, supporto e assistenza in ogni fase del viaggio. Particolare attenzione viene riservata alla gestione delle segnalazioni, dei reclami e delle richieste di rimborso, che vengono trattati con tempestività e trasparenza attraverso un sistema strutturato e multicanale. La procedura per la gestione dei reclami è progettata per essere semplice e accessibile a tutti i clienti, prevedendo diversi canali di comunicazione: modulo online nella sezione dedicata del sito web, e-mail a indirizzi specifici e posta tradizionale, per garantire la massima inclusività e chiarezza. Vengono inoltre condotte periodiche indagini di customer satisfaction.

La relazione con il viaggiatore passa anche attraverso il pieno rispetto della privacy e la protezione dei dati personali. Destination Italia si impegna a trattare i dati nel rispetto dei più elevati standard di sicurezza e trasparenza, applicando il principio di minimizzazione e raccogliendo esclusivamente le informazioni strettamente necessarie. Tutte le politiche, le procedure interne e i contratti con i fornitori sono strutturati per assicurare che ogni attività di trattamento sia svolta in conformità al Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR). A presidio di questi principi, Destination Italia ha nominato un Responsabile della Protezione dei Dati (DPO), figura indipendente incaricata di vigilare sul rispetto della normativa in materia di protezione dei dati personali, fornire consulenza e fungere da punto di contatto per gli interessati e per l'Autorità Garante.

L'azienda adotta una Policy in materia di diritti degli interessati, che definisce principi generali e linee guida per un trattamento corretto, lecito, trasparente ed esatto. I dati vengono conservati solo per il tempo necessario, e la loro sicurezza è garantita tramite misure tecniche e organizzative adeguate. In linea con il principio di accountability previsto dal GDPR, Destination Italia è in grado di dimostrare l'efficacia dei processi messi in atto per assicurare la tutela dei diritti degli interessati.

La soddisfazione del cliente rappresenta uno degli obiettivi prioritari di Destination Italia. Per questo motivo, vengono effettuati regolarmente controlli sulla qualità del servizio e attività di monitoraggio tramite software dedicati, che permettono di raccogliere feedback, analizzare eventuali non conformità e migliorare continuamente i processi.



4.5 Comunicazione etica e promozione sostenibile

Nel corso del 2024, Destination Italia ha implementato un ampio ventaglio di iniziative promozionali, con l'obiettivo di valorizzare il patrimonio culturale italiano e rafforzare la propria presenza sui mercati internazionali. Queste attività si sono articolate attraverso campagne innovative, eventi di rilievo e collaborazioni strategiche, consolidando il ruolo del Gruppo come punto di riferimento nel turismo incoming di alta gamma.

The **WOW Experience** è una delle iniziative più emblematiche del 2024. Si tratta di un contest che invita operatori turistici, appassionati e promotori locali a proporre esperienze autentiche e uniche, capaci di raccontare la ricchezza dei territori italiani. L'obiettivo è quello di arricchire l'offerta turistica con proposte che esprimano l'identità locale, offrendo ai viaggiatori esperienze memorabili e fuori dai circuiti tradizionali.

Parallelamente, il progetto Italy Masterplace ha puntato a promuovere le destinazioni emergenti italiane sul mercato internazionale. Attraverso una serie di eventi a New York, le destinazioni selezionate hanno avuto l'opportunità di presentare le proprie eccellenze a un'agurria di esperti e al pubblico statunitense, con l'obiettivo di favorire la loro visibilità e attrattività turistica.

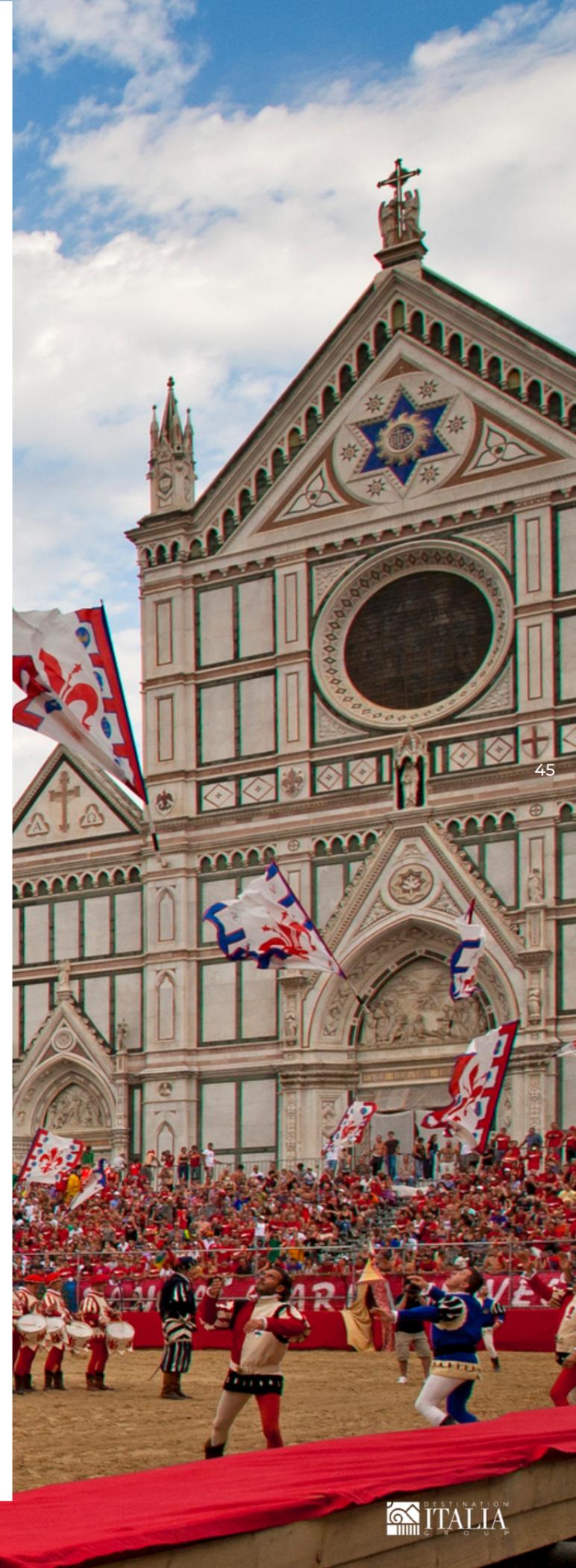
Un'altra iniziativa di rilievo è stata la partnership con la Confederazione Italiani nel Mondo (CIM) per la promozione del Turismo delle Radici. Questa collaborazione ha previsto l'organizzazione di eventi e attività promozionali in Sud America (San Paolo del Brasile) e negli Stati Uniti, rivolte agli italiani all'estero e ai loro discendenti, con l'intento di rafforzare il legame con le origini e incentivare viaggi alla scoperta delle proprie radici culturali. Infine, Destination Italia ha partecipato attivamente a fiere e manifestazioni di settore, come il TTG Travel Experience di Rimini, dove ha presentato le ultime novità tecnologiche e le strategie per lo sviluppo del turismo sportivo, evidenziando l'importanza di questo segmento per la crescita delle destinazioni turistiche italiane. Attraverso queste iniziative, il Gruppo ha dimostrato un impegno costante nella promozione di un turismo sostenibile, autentico e innovativo, capace di valorizzare le peculiarità dei territori italiani e di rispondere alle nuove esigenze dei viaggiatori globali.



05

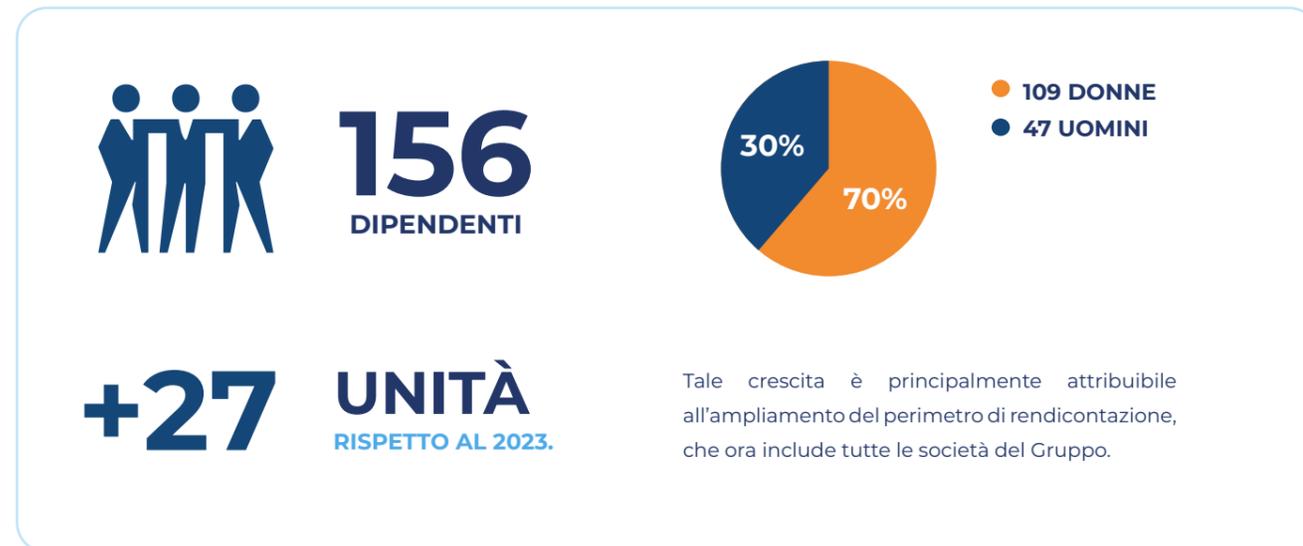
Il valore del capitale umano

- 5.1 Le persone, la nostra ricchezza
- 5.2 Benessere e valorizzazione delle risorse umane
- 5.3 Diversità e inclusione
- 5.4 Salute e sicurezza



5.1 Le persone, la nostra ricchezza

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.



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.

Composizione per Categoria Professionale

Al 31 dicembre 2024, il personale del Gruppo è suddiviso in quattro principali categorie:

- **Personale amministrativo:** 34 unità (22 % del totale)
- **Personale IT:** 21 unità (13 % del totale)
- **Personale Business:** 31 unità (20 % del totale)
- **Personale Operations:** 70 unità (45 % del totale)

Rispetto al 2023, il personale operations ha registrato una crescita del 35 %, mentre il personale IT è aumentato del 10 %.

Collaboratori Esterni

Oltre al personale diretto, il Gruppo si avvale del supporto di circa 23 lavoratori esterni (14 uomini e 9 donne), che svolgono funzioni quali:

- consulenza
- local expert

Tipologie Contrattuali e Flessibilità

Al 31 dicembre 2024, l'85 % dei dipendenti (134 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 31/12/2024	Donne	Uomini
Tempo indeterminato	134	89	45
Tempo determinato	22	20	2
Totale	156	109	47
Full-Time	81	101	47
Part-Time	8	8	0



46 Al 31 dicembre 2024, il personale del DIT conta 156 dipendenti, registrando un incremento rispetto al 2023 (27 unità). Tale crescita è principalmente attribuibile all'ampliamento del perimetro di rendicontazione, che ora include tutte le società del Gruppo.

La composizione per genere al 31 dicembre 2024 evidenzia una prevalenza femminile:

- **Uomini:** 47 (30 %)
- **Donne:** 109 (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 31/12/2024	Donne	Uomini	al 31/12/2023	Donne	Uomini
Impiegati	110	79	31	134	98	36
Quadri	15	6	9	15	7	8
Dirigenti	4	2	2	6	3	3
Operai	0	0	0	1	1	0
Totale	129	87	42	156	109	47

5.2 Benessere e Valorizzazione delle risorse umane

Il Gruppo assicura ai dipendenti il rispetto dei diritti previsti dalla normativa e dai contratti collettivi, garantendo:

- giorni di ferie, permessi e malattia
- riconoscimento di lavoro straordinario
- formazione e promozioni

Non si rilevano disparità nei benefici offerti, a prescindere dalla tipologia contrattuale (determinato / indeterminato / apprendistato, full-time / part-time).

La politica aziendale riguardo all'eguaglianza delle opportunità è volta ad assicurare lo stesso trattamento e le stesse condizioni alle diverse categorie di personale, nell'ambito della selezione, dell'assunzione, dello sviluppo di carriera e nella formazione, delle condizioni lavorative e retributive.

Gestione e sviluppo del capitale umano

Tutti i dipendenti del Gruppo sono coperti da accordi di contrattazione collettiva. L'applicazione del contratto collettivo nazionale varia in base alla mansione svolta. È stata confermata e aggiornata la procedura operativa per la gestione delle risorse umane, che disciplina ruoli, responsabilità e modalità di gestione lungo tutto il ciclo di vita del dipendente: selezione, onboarding, formazione, sviluppo e uscita.

Formazione e sviluppo delle competenze

Nel 2024 sono stati attivati nuovi percorsi formativi su competenze tecnico-operative e soft skills, con l'obiettivo di rafforzare l'efficacia manageriale, la comunicazione e la capacità di problem solving. Il Gruppo DIT, consapevole del valore strategico delle proprie risorse umane, ha consolidato nel 2024 il proprio impegno nella formazione e nello sviluppo professionale dei dipendenti. Sono state erogate complessivamente 52 ore di formazione. Le attività formative hanno incluso sia percorsi obbligatori, in particolare sulla Salute e Sicurezza, sia corsi facoltativi finalizzati al benessere personale e aziendale e di leadership e gestione del tempo. Tra i corsi più rilevanti figurano: corsi previsti dal D.lgs. 81/08, comprese attività su primo soccorso, antincendio e formazione per RLS e preposti, corsi di formazione sulla leadership e coaching.

Nello specifico:

1. **Corso Coaching:** destinato ai supervisor per un totale complessivo di 24 h
2. **Corso Leadership e Crescita individuale:** destinato principalmente al personale operations, per un totale complessivo di 16 h
3. **Corso Sicurezza sul Lavoro previsti dal D.lgs. 81/08:** destinato a tutta l'azienda per un totale complessivo di 8 h
4. **Corso aggiornamento per RLS:** totale complessivo di 4 h

Prosegue anche nel 2024 l'impegno dell'Academy aziendale che seleziona giovani talenti e li forma costantemente per permettergli di raggiungere una qualifica professionale che li faccia sentire valorizzati e l'accesso a piattaforma di e-learning per garantire accesso flessibile ai contenuti didattici, con moduli dedicati a tutti i livelli aziendali.

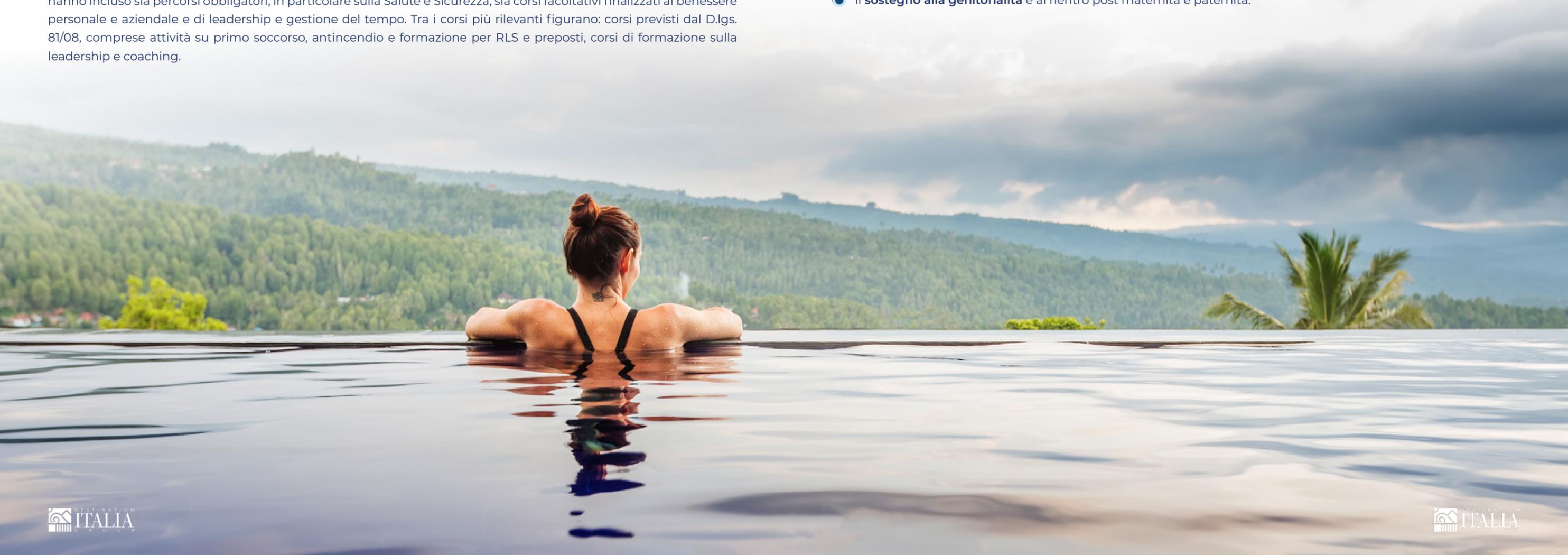
Welfare e benessere organizzato

Tipologia dipendente	Ore di formazione	Donne	Uomini
Dirigenti	8	1	2
Quadri	8	2	3
Impiegati	52	57	18

Welfare e benessere organizzato

Nel corso dell'anno, Destination Italia ha confermato le proprie politiche di welfare integrato. Tra le principali misure attive figurano:

- il **gettone di presenza giornaliero**, convertibile in beni e servizi tramite piattaforma welfare;
- la **copertura sanitaria integrativa** per impiegati, quadri e dirigenti;
- l'adozione di **modelli di lavoro flessibile**, come lo smart working e il work-from-home;
- il **sostegno alla genitorialità** e al rientro post maternità e paternità.



5.3 Diversità e inclusione

L'impegno del Gruppo in ambito DE&I è confermato anche nel 2024 dal mantenimento della certificazione UNI/PdR 125:2022 sulla parità di genere, con rating 86,75/100. La Politica Gender Equality, adottata dal 2022, continua a guidare la definizione di pratiche eque in tema di selezione, retribuzione e crescita interna. La composizione della forza lavoro si mantiene equilibrata, con una prevalenza femminile e una significativa presenza di donne in ruoli manageriali.

Engagement e dialogo organizzativo

La valorizzazione del contributo individuale si traduce in azioni concrete di ascolto e coinvolgimento. Anche nel 2024 sono stati promossi i colloqui individuali One-to-One tra responsabili e collaboratori, che rappresentano uno strumento fondamentale per il monitoraggio del benessere organizzativo, l'analisi dei fabbisogni formativi e il rafforzamento della relazione tra i team.

Politiche

Gli organi societari pongono alla base della gestione del business del Gruppo la cultura dell'integrità, della condotta etica, della responsabilità d'impresa e del rispetto degli obblighi di conformità. A tal fine, hanno implementato modelli e procedure interne volti a supportare una gestione aziendale efficiente e trasparente, garantendo l'attuazione delle politiche aziendali, ma anche l'esercizio di un'azione di tipo preventivo e di controllo.

Codice etico

Il Codice Etico evidenzia i principi e le regole di comportamento ai quali ogni attività aziendale si ispira e uniforma: l'integrità, la trasparenza, il rispetto, la legalità e la riservatezza. Il Codice Etico, inoltre, definisce i criteri di condotta da osservare e i comportamenti vietati, per tutti i collaboratori del Gruppo, con particolare riferimento alle aree di potenziale rischio di incorrere in un reato. Il Codice Etico è applicabile a tutte le società del Gruppo, e a tutti gli altri soggetti o società che agiscono per conto delle stesse, coerentemente con le leggi e i regolamenti vigenti.

Whistleblowing

Nel 2023 la Società ha adottato una procedura in materia di whistleblowing come previsto dal D.lgs. n. 24/2023 attuativo della Direttiva UE 2019/1937 riguardante la protezione delle persone che segnalano violazioni del diritto dell'Unione e recante disposizioni riguardanti la protezione delle persone che segnalano violazioni delle disposizioni normative nazionali. La Procedura Whistleblowing regola i flussi informativi all'interno della Società e del Gruppo per la gestione delle segnalazioni riguardanti comportamenti illegali o scorretti, garantendo ai soggetti segnalatori di avere un canale sicuro e confidenziale a disposizione e di non temere ritorsioni per quanto riferito. La Società ha nominato responsabile della gestione delle segnalazioni un membro esterno all'organizzazione aziendale, Avv. Marco De Paolis.

Politica Gender Equality

Destination Italia promuove una cultura organizzativa che valorizza l'equità e l'inclusività. La Politica Gender Equality è stata adottata nel 2022 al fine di migliorare e promuovere l'uguaglianza di genere e la diversità sul posto di lavoro, attraverso il rafforzamento delle pratiche di reclutamento e conservazione. La Società ha ottenuto la Certificazione UNI/PdR 125:2022 sulla parità di genere, con un rating di 86,75/100.

La certificazione, rilasciata dall'ente certificatore RINA Italia, è stata ottenuta dopo un processo rigoroso di analisi delle policy, delle pratiche e degli indicatori-chiave numerici (KPI) che hanno dimostrato quantitativamente la forte attenzione del Gruppo alla valorizzazione della parità di genere e dell'equità in tutti gli aspetti del lavoro.

5.4 Salute e sicurezza

Il Gruppo Destination Italia attribuisce massima importanza alla tutela della salute e della sicurezza sul lavoro, promuovendo un ambiente professionale sano, sicuro e orientato al benessere delle proprie persone. La cura per i collaboratori si traduce in un impegno concreto volto a garantire condizioni lavorative adeguate e in costante miglioramento, nel rispetto delle normative vigenti e della cultura della prevenzione.

Nel 2024, il Gruppo ha ulteriormente rafforzato il proprio presidio in materia, adottando un Sistema di Gestione della Sicurezza conforme al D.lgs. 81/2008, con aggiornamenti periodici del Documento di Valutazione dei Rischi (DVR), l'erogazione continua di percorsi formativi obbligatori, la condivisione dei supporti formativi sull'intranet del gruppo.

Tutte le società del Gruppo operano in piena conformità alle normative applicabili, applicando sul campo una consolidata cultura della prevenzione. La diffusione di tale cultura coinvolge non solo i dipendenti ma anche i clienti, promuovendo una maggiore consapevolezza dei rischi e incoraggiando un senso di responsabilità individuale.

A tal fine, vengono organizzati regolarmente corsi di formazione in materia di sicurezza, prevenzione infortuni e tutela ambientale, integrati da attività di comunicazione

interna tramite intranet, per garantire un coinvolgimento attivo e informato di tutto il personale.

In ottemperanza al D.lgs. 81/2008 e al relativo protocollo sanitario, sono state effettuate tutte le visite mediche previste dal Medico Competente, contribuendo così all'identificazione e alla mitigazione dei rischi per la salute.

Il 2024 ha visto la prosecuzione del piano formativo in ambito salute e sicurezza sul lavoro, con l'erogazione di corsi di aggiornamento specifici per circa il 50% delle risorse del Gruppo. Inoltre, ai sensi dell'art. 35 del D.lgs. 81/2008, si è svolta la riunione periodica sulla sicurezza per i supervisors, momento di confronto fondamentale per monitorare l'andamento degli infortuni (che si confermano pari a zero), delle malattie professionali, la sorveglianza sanitaria, l'efficacia dei DPI adottati e le misure preventive implementate. Per quanto riguarda le relazioni con soggetti terzi, il Gruppo fornisce informazioni dettagliate sui rischi presenti negli ambienti di lavoro in cui operano e sulle misure di prevenzione e gestione delle emergenze, come previsto dall'art. 26 del D.lgs. 81/2008.

Nell'anno in esame, non si sono verificati infortuni tra il personale della Capogruppo e delle controllate, a conferma della solidità del sistema adottato e dell'efficacia delle misure preventive messe in atto.



06

Innovazione e territorio

- 6.1 Ambiente: il nostro impegno per un mondo migliore
- 6.2 Il network dei local expert nel territorio italiano
- 6.3 I MEET Forum per la diffusione di pratiche sostenibili
- 6.4 I riconoscimenti alle imprese sostenibili
- 6.5 Rigenerazione dei Borghi e Sviluppo Territoriale
- 6.6 Innovazione e digitalizzazione



6.1 Ambiente: il nostro impegno per un futuro migliore

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.



L'adozione di pratiche per 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.

Queste azioni, integrate all'interno della cultura aziendale e rese operative attraverso il coinvolgimento delle persone e il monitoraggio dei risultati, rappresentano un tassello importante della roadmap verso un futuro a basse emissioni e a maggiore responsabilità ambientale.

6.2 Il network Destination Local Expert - Innovare il modello turistico italiano partendo dal territorio

Il turismo italiano è da sempre sinonimo di bellezza, cultura e accoglienza, ma oggi più che mai ha bisogno di essere ripensato per rispondere alle sfide della contemporaneità. L'obiettivo è ambizioso: innovare il modello turistico nazionale partendo dalla valorizzazione autentica del territorio, delle sue persone e delle sue peculiarità. In questa visione si inserisce il progetto Destination Local Expert, una delle iniziative più significative sviluppate all'interno dell'ecosistema Destination Italia, nata per raccontare ai mercati esteri un'Italia nuova, più locale, autentica e distribuita, capace di attrarre nuovi turismi in nuove stagioni.

L'iniziativa prende le mosse da un'intuizione nata nel 2019 con il lancio del Portale Sardegna Point, che ha dato vita alla più grande rete di operatori turistici locali attivi in Sardegna.

Oggi conta punti fisici distribuiti sul territorio, e rappresenta un modello virtuoso e replicabile su scala nazionale. Questi punti non sono semplici sportelli informativi, ma veri e propri hub territoriali dove si incrociano domanda e offerta turistica, dove si progettano esperienze, si gestiscono strutture extralberghiere e si promuove l'enogastronomia locale.

Al centro del progetto ci sono i **Destination Local Expert**: professionisti con spirito imprenditoriale, capaci di coniugare conoscenza del territorio, capacità manageriali e orientamento all'accoglienza. Il loro ruolo è cruciale: alimentano le piattaforme digitali con contenuti originali, fungono da property manager per appartamenti e ville, creano esperienze ex novo che valorizzano la cultura, le tradizioni e le vocazioni locali. Inoltre, sono il punto di riferimento per l'assistenza ai clienti del Gruppo, garantendo

una presenza fisica e relazionale in ogni destinazione.

Il progetto rappresenta un cambiamento di paradigma nel turismo esperienziale: non si tratta più di commercializzare esperienze di terzi, ma di co-progettarle insieme a chi il territorio lo vive ogni giorno. Con il format "**Local Experience Makers**", i Local Expert diventano i veri autori di nuove esperienze, concepite per trasformare il turista da semplice spettatore a protagonista attivo, parte integrante della comunità locale. Questo approccio consente di generare un turismo consapevole, sostenibile e di qualità, che lascia un impatto positivo tanto sui viaggiatori quanto sui territori.

Un altro aspetto fondamentale è la digitalizzazione del sistema, resa possibile grazie a una piattaforma tecnologica avanzata e user-friendly che permette di ottimizzare ogni fase della gestione turistica: dalla promozione online (con posizionamento strategico sulle OTA) alla gestione delle prenotazioni, fino alla rendicontazione trasparente

dei ricavi. I proprietari di strutture, grazie al supporto del team Destination, possono contare su servizi professionali che includono l'allestimento degli spazi (home staging), la gestione burocratica, contrattuale e fiscale degli immobili, e il supporto al cliente 365 giorni all'anno, grazie a un booking centralizzato e multilingue.

Il modello Destination Local Expert si dimostra così una leva di sviluppo capace di generare valore per tutti gli attori coinvolti: dai Local, che vedono raddoppiare la marginalità grazie a format innovativi e standardizzati, ai proprietari, che possono valorizzare il proprio immobile senza preoccuparsi della gestione quotidiana, fino ai viaggiatori, che vivono esperienze autentiche, ben organizzate e memorabili. Un modello replicabile, sostenibile e scalabile, che pone al centro la comunità e restituisce al territorio il ruolo di protagonista nell'economia turistica del futuro.



6.3 I MEET Forum per la diffusione di pratiche sostenibili

Nel contesto attuale, contraddistinto da profonde trasformazioni economiche, ambientali e culturali, il ruolo dei player privati nell'attivazione di processi virtuosi di sviluppo territoriale è sempre più centrale. Il Gruppo Destination Italia, in qualità di primo operatore incoming del turismo di alta gamma in Italia e società quotata sul segmento Euronext Growth Milan, si fa promotore di un modello di turismo consapevole e sostenibile, capace di dialogare attivamente con le istituzioni, le comunità locali e il mondo accademico e imprenditoriale. Il turismo, infatti, rappresenta non solo un volano economico, ma anche un potente strumento di coesione sociale, innovazione culturale e valorizzazione identitaria.

All'interno di questa visione si colloca il MEET Forum – Stati Generali del Turismo Sostenibile, uno dei principali progetti di responsabilità sociale e di impatto sistemico promossi dal Gruppo. Si tratta di un'iniziativa di portata nazionale, concepita come piattaforma di confronto ad alto livello sui temi della sostenibilità in chiave ESG (Environmental, Social, Governance), rivolta a tutti gli stakeholder dell'ecosistema turistico italiano.

I MEET Forum si articolano in momenti di dibattito pubblico, sessioni plenarie e tavoli tecnici settoriali, dove esperti e operatori condividono esperienze e buone pratiche, favorendo la nascita di progettualità innovative. Il turismo sostenibile, al centro di questi appuntamenti, è inteso non solo come esigenza etica e ambientale, ma come reale leva di competitività, rigenerazione territoriale e coesione sociale. L'iniziativa si distingue per il suo approccio interdisciplinare e specialistico, coinvolgendo esponenti di spicco del mondo imprenditoriale, scientifico, accademico e istituzionale, tra cui rappresentanti di ministeri, enti governativi, ambasciate, Regioni, Comuni, associazioni di categoria e fondazioni culturali.

I MEET Forum si sviluppano su due livelli di intervento: I **Forum Nazionali**, che rappresentano l'appuntamento annuale di riferimento per il settore, I **Local MEET Forum**, eventi itineranti organizzati in collaborazione con le istituzioni territoriali per promuovere il dialogo dal basso, valorizzando le specificità regionali e favorendo lo sviluppo locale.



MEET Forum Nazionali

- 2023 – Stresa (Piemonte), VIII edizione
- 2024 – Napoli (Campania), IX edizione (con la partecipazione del Ministro del Turismo Daniela Santanchè)

MEET Forum Regionali

- 2024 – Urbino (Marche), 1° marzo
- 2024 – Gorizia-Nova Gorica (Friuli-Venezia Giulia), 4 giugno

Ogni edizione è arricchita dalla partecipazione di **ospiti illustri** e **keynote speaker** di rilevanza nazionale e internazionale, tra cui l'ex Ministro del Turismo Massimo Garavaglia, accademici delle principali università italiane, CEO di grandi gruppi del settore hospitality e rappresentanti delle Nazioni Unite e di organizzazioni internazionali attive nella promozione dello sviluppo sostenibile. In particolare, l'edizione 2024 di Napoli ha visto la partecipazione istituzionale del Ministro del Turismo Daniela Santanchè, a testimonianza del riconoscimento pubblico della qualità e della rilevanza strategica del Forum.

Attraverso il MEET Forum, Destination Italia Group rafforza il proprio impegno nel generare impatto positivo e duraturo per l'intero Sistema Paese, consolidando una rete pubblico-privata orientata alla qualità, all'innovazione e alla sostenibilità del turismo italiano nel mondo.



6.4 I riconoscimenti alle imprese sostenibili

Nel corso del 2024, Destination Italia ha confermato il proprio ruolo attivo nel promuovere una cultura della sostenibilità all'interno del comparto turistico italiano. Un tassello importante di questo impegno è rappresentato dal MEET Forum, l'evento che ogni anno riunisce operatori della filiera, istituzioni e comunità locali per condividere buone pratiche, visioni e progetti concreti legati al turismo responsabile.

In questo contesto, il Gruppo ha istituito una serie di riconoscimenti dedicati ad aziende, enti e professionisti che si sono distinti per l'impegno concreto in ambito Ambientale, Sociale o di Governance (ESG). I premi rappresentano non solo un momento celebrativo, ma anche un'occasione per valorizzare le storie più virtuose e ispirare l'intero settore verso modelli di sviluppo più sostenibili, inclusivi e innovativi.

Di seguito l'elenco dei premiati nell'edizione 2024 del MEET Forum, suddivisi per territorio:

MEET Forum Urbino – Riconoscimenti per la valorizzazione del territorio e delle eccellenze enogastronomiche

Azienda Barbarossa – per l'impegno nella produzione vinicola sostenibile e nella promozione del territorio attraverso esperienze autentiche (ritira il premio: Giulia Serafini)

Azienda Bontà delle Marche – per l'eccellenza nella filiera enogastronomica locale e l'attenzione all'identità territoriale (ritira il premio: Edoardo Capannelli)

Il Gentil Verde – per la produzione biologica e la promozione di modelli agricoli rispettosi dell'ambiente (ritira il premio: Agnese Podgornik)

MEET Forum Gorizia – Riconoscimenti per l'impegno istituzionale e accademico nella sostenibilità.

Marco Consalvo, Amministratore Delegato di Trieste Airport – per l'adozione di strategie orientate alla sostenibilità ambientale e all'innovazione nel settore aeroportuale.

Salvatore Amaduzzi, Professore dell'Università degli Studi di Udine e Delegato alla Sostenibilità – per la promozione della cultura ESG all'interno del mondo accademico e la collaborazione con il territorio.

Alberto Felice De Toni, Sindaco di Udine – per l'impegno nell'attuazione di politiche locali orientate alla sostenibilità urbana e sociale.



MEET Forum Napoli – Riconoscimenti per la formazione, la cultura e l'imprenditoria sostenibile

Lello Savonardo, Università Federico II – per il lavoro svolto con l'Osservatorio Giovani e l'impegno nella sensibilizzazione delle nuove generazioni sui temi ESG.

Aniello Di Vuolo, Fondazione ITS Academy BACT – per la promozione della formazione tecnica superiore in chiave green e digitale.

Kilesa – Bianca Imbembo – per l'innovazione sostenibile nel settore moda e accessori, con particolare attenzione all'empowerment femminile e alla produzione responsabile.

6.5 Rigenerazione dei Borghi e Sviluppo Territoriale

Nel quadro delle strategie di sostenibilità ambientale, sociale ed economica, il Gruppo Destination Italia ha avviato e consolidato una serie di progetti di rigenerazione territoriale che rappresentano un modello virtuoso di valorizzazione dei borghi italiani. Tali iniziative, sviluppate in collaborazione con enti pubblici e partner privati, si inseriscono in un disegno più ampio di rilancio delle aree interne e marginali del Paese, con l'obiettivo di coniugare tutela del patrimonio culturale, innovazione turistica e inclusione sociale.

Il progetto Naxida, sviluppato nel borgo siciliano di Naso, si configura come un intervento pilota di rigenerazione urbana e turistica fondato su principi ESG. Dal punto di vista ambientale, il progetto prevede il recupero di 35 edifici storici senza consumo di nuovo suolo, l'impiego di materiali naturali locali come pietra e legno, e l'adozione di tecnologie per l'efficienza energetica, tra cui sistemi di illuminazione LED, isolamento termico e impianti per il riutilizzo delle acque. L'intero borgo sarà servito da una mobilità elettrica interna, con veicoli a basso impatto ambientale e percorsi pedonali integrati. Sul piano sociale, Naxida mira a contrastare lo spopolamento attraverso la creazione di 110 posti di lavoro stabili, il ripopolamento del centro storico e l'attivazione di una rete di servizi culturali, educativi e ricreativi. Il progetto include anche la realizzazione di un centro benessere, una scuola di artigianato e un programma di eventi culturali in collaborazione con il Giffoni Film Festival. In termini di governance, Naxida si distingue per la trasparenza nella gestione, l'adozione di un modello di partenariato pubblico-privato e l'accesso a strumenti di finanza agevolata.

Il progetto Pietrarubbia, attuato nei borghi marchigiani, si inserisce in un percorso di valorizzazione culturale e turistica del territorio attraverso la creazione di un sistema museale diffuso e la riqualificazione di spazi pubblici e strutture ricettive. L'iniziativa, finanziata dalla Regione Marche nell'ambito del programma "Borghi Accoglienti", prevede una quota significativa dell'investimento destinata a interventi in partenariato con soggetti privati. Dal punto di vista ambientale, il progetto promuove la riqualificazione energetica degli edifici, la riduzione dell'impatto paesaggistico e l'adozione di soluzioni costruttive a basso impatto. Sul piano sociale, il progetto Pietrarubbia favorisce l'inclusione di giovani imprenditori e artigiani locali, la creazione di nuove attività economiche e la promozione di un'offerta turistica culturale integrata. Il progetto prevede in particolare la gestione imprenditoriale della struttura "Il Vicariato",



con la realizzazione di una piscina pubblica a servizio del borgo, cofinanziata da Destination Italia. La governance del progetto si fonda su accordi di collaborazione vincolanti, trasparenza nella rendicontazione e rispetto delle normative europee in materia di aiuti di Stato.

Il progetto di gestione della Rocca dei Malatesta, nel borgo di Frontino, rappresenta un esempio di innovazione turistica orientata al segmento del "Silver Tourism". La struttura, oggetto di concessione pubblica, è in fase di trasformazione in un hub per l'accoglienza di turisti. Dal punto di vista ambientale, il progetto promuove un turismo a basso impatto, stagionalizzato e orientato alla valorizzazione delle risorse locali. L'adozione di tecnologie smart, come serrature digitali, sistemi di prenotazione automatizzati e gestione energetica intelligente, contribuisce a ridurre i consumi e migliorare l'efficienza operativa. Sul piano sociale, la struttura è gestita da

periodo volta a promuovere modelli di sviluppo turistico integrato, fondati su principi ESG e orientati alla resilienza delle comunità locali e la lotta allo spopolamento.

Il protocollo siglato con il Comune di Capraia Isola rappresenta un esempio di progettualità condivisa finalizzata alla valorizzazione delle risorse ambientali, alla riqualificazione dell'offerta turistica e alla promozione di un'economia locale sostenibile. L'accordo prevede la predisposizione di uno studio preliminare per lo sviluppo dell'isola, con particolare attenzione alla creazione di nuove opportunità occupazionali, in particolare per i giovani. L'iniziativa si propone inoltre di attrarre investimenti privati in ambiti strategici come la ricettività, la nautica, il benessere e la cultura, con l'obiettivo di generare un impatto positivo sul tessuto sociale e demografico dell'isola, oggi soggetta a fenomeni di spopolamento. Il protocollo prevede anche la partecipazione congiunta a bandi regionali, nazionali ed europei per il finanziamento di progetti in ambito ambientale, energetico e turistico, rafforzando così la dimensione di governance multilivello e la capacità di attivazione di risorse pubbliche e private.

Parallelamente, lo studio di pre-analisi condotto nel distretto dei Borghi Apuani – comprendente i Comuni di Fabbriche di Vergemoli, Bagni di Lucca, Camporgiano e Molazzana – ha posto le basi per un progetto vocato alla sostenibilità che si articola attorno a tre assi tematici principali: attività outdoor, enogastronomia e turismo religioso, con un approccio trasversale alla sostenibilità ambientale, economica e sociale. Tra i principi guida figurano la regolazione del carico turistico, la redistribuzione del valore generato dal turismo a favore delle comunità locali, l'adozione di strumenti di decision intelligence basati su dati aperti e indicatori di sostenibilità, e la costruzione di un'infrastruttura digitale per la gestione integrata della destinazione.

Nel loro insieme, questi progetti testimoniano l'impegno del Gruppo Destination Italia nel promuovere un modello di sviluppo turistico sostenibile, inclusivo e replicabile. L'approccio adottato si fonda su una visione sistemica del territorio, in cui la valorizzazione del patrimonio culturale e naturale si accompagna alla creazione di valore condiviso per le comunità locali. Attraverso la rigenerazione dei borghi, il Gruppo contribuisce attivamente al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030, in particolare per quanto riguarda la promozione di città e comunità sostenibili, la crescita economica inclusiva e sostenibile e la riduzione delle disuguaglianze.

personale locale appositamente formato, con l'obiettivo di generare occupazione stabile e qualificata. L'offerta include laboratori artigianali, corsi di cucina, visite guidate e attività culturali in collaborazione con le associazioni del territorio. La governance del progetto si basa su un modello di concessione trasparente, con obblighi di rendicontazione, assicurazione e manutenzione, e su un piano di marketing territoriale volto a promuovere Frontino come destinazione di eccellenza per il turismo esperienziale.

Nel corso del 2024, il Gruppo Destination Italia ha rafforzato il proprio impegno per la rigenerazione sostenibile di altri territori attraverso la sottoscrizione di protocolli d'intesa e l'avvio di studi di pre-analisi in aree ad alto valore ambientale e culturale, come l'isola di Capraia e il distretto dei Borghi Apuani in Garfagnana. Queste iniziative si inseriscono in una strategia di lungo

6.6 Innovazione e digitalizzazione

Il Gruppo Destination Italia vanta un patrimonio significativo di asset immateriali, strettamente connessi alla natura innovativa del suo business. Le società del Gruppo utilizzano diverse categorie di software e piattaforme online, specifiche per le singole attività ma anche condivise tra le consociate, in un'ottica di innovazione continua e integrazione. Questa organizzazione riflette una strategia aziendale focalizzata sull'ottimizzazione delle risorse e sull'innovazione, con l'obiettivo di raggiungere e superare i traguardi prefissati. Di conseguenza, si riscontrano similitudini e elementi comuni nelle categorie di asset, che si manifestano in forme diverse all'interno delle varie realtà aziendali del Gruppo.

I software di proprietà e in licenza impiegati dal Gruppo sono considerati asset strategici prioritari per la generazione di ricavi e profitti. Questi asset IT hanno dimostrato di generare valore nel lungo periodo, assicurando la solidità e il consolidamento del business nel tempo grazie a un approccio basato sull'innovazione continua.

Uno dei fattori chiave che ha permesso ai software di contribuire al valore nel tempo è stata la capacità di investire costantemente in manutenzione e aggiornamenti innovativi. Questi interventi, pianificati con cura, hanno consentito ai software di evolvere parallelamente al business, mantenendosi al passo con le nuove esigenze del mercato senza necessità di radicali sostituzioni. Gli aggiornamenti tecnologici regolari, l'integrazione di nuove funzionalità innovative e la risoluzione tempestiva di eventuali criticità operative garantiscono che i software continuino

a offrire un contributo strategico e operativo duraturo. Hubcore.ai è una piattaforma all-in-one lanciata ufficialmente nel 2015, con radici che risalgono al 2008 (progetto CORE), progettata per il settore turistico e rivolta a mercati B2C, B2B e B2B2C. Offre moduli integrati per la gestione operativa di tour operator, DMO, agenzie incoming e startup turistiche, semplificando prenotazioni, creazione cataloghi, amministrazione e business intelligence.

La piattaforma integra soluzioni di Intelligenza Artificiale per potenziare funzionalità come la creazione automatica di descrizioni e suggerimenti personalizzati.

Hubcore.ai si distingue per la sua architettura modulare e scalabile basata su un core stabile e microservizi indipendenti, che permettono aggiornamenti continui e rapidi senza interrompere il sistema. Questo garantisce una vita utile di almeno 20 anni, con manutenzione costante, sicurezza elevata e adattabilità alle nuove esigenze di mercato.

I moduli principali includono: catalogo prodotti, booking engine multicanale, magazzino digitale per la creazione automatizzata di pacchetti, gestione amministrativa e strumenti di business intelligence integrabili con piattaforme esterne.

Grazie alla sua modularità, Hubcore.ai supporta la crescita delle aziende turistiche senza stravolgere l'infrastruttura, rappresentando il cuore tecnologico centrale per le loro operazioni.

"Destination Local Expert" rappresenta il progetto di In-

coming turistico digitale nato con l'obiettivo di costruire una rete nazionale di operatori turistici locali – Local Expert e Regional Manager – in grado di valorizzare le specificità territoriali italiane attraverso una piattaforma tecnologica proprietaria, sviluppata e gestita dal Gruppo Destination Italia. Fin dall'inizio, il progetto ha unito l'attività commerciale e di prodotto con la digitalizzazione degli attrattori turistici, ponendosi come modello innovativo di creazione, distribuzione e vendita del prodotto turistico italiano nel mondo. In effetti la sua originalità consiste nel fatto che combina la specializzazione turistica locale con la tecnologia delle piattaforme online. Infatti il progetto esprime non solo l'innovazione del processo di creazione del prodotto turistico (il Magazzino digitale che classifica gli attrattori, la Fabbrica prodotto 4.0 che trasforma le materie prime in servizi per i pacchetti di viaggio e lo Smart Dynamic Packaging che porta alla produzione in modo dinamico di Viaggi Smart) consentendo di fornire un servizio, in modo economicamente conveniente, ad un target di clientela altrimenti poco profittevole, ma offre altresì la consulenza turistica online e offline, attraverso professionisti esperti nella destinazione.

Gli sviluppi tecnologici che compongono il cespite includono:

Il Magazzino Digitale, sistema per la classificazione e gestione dei punti di interesse e degli attrattori turistici;

La Fabbrica Prodotto 4.0, strumento per la trasformazione degli attrattori in pacchetti e servizi esperienziali;

Lo Smart Dynamic Packaging, per la generazione dina-

mica di itinerari personalizzati;

L'integrazione di payment gateway (es. Viva Wallet) e di contenuti distribuiti (es. Musement, HotelBeds);

L'interfaccia tra piattaforma Hubcore e i siti welcometoitaly.com / openvoucher.com, realizzata tra il 2021 e il 2022;

Moduli esperienziali e strumenti per la rete extralbergiera, core business della rete dei Local Expert.

Destination Local Expert è oggi il fulcro del modello operativo e tecnologico del Gruppo per lo sviluppo e la distribuzione del prodotto esperienziale italiano, con un focus crescente su:

Turismo delle Radici: nel 2024 si prevede una forte valorizzazione di questo segmento, con contenuti dedicati a oltre 85 milioni di italiani all'estero e strumenti digitali per riscoprire il proprio territorio d'origine, le tradizioni, i dialetti e la genealogia familiare;

Luxury Travel: potenziamento della linea di prodotto alto di gamma, grazie anche alla certificazione Internova ottenuta recentemente;

Tematiche verticali: arricchimento del portafoglio esperienze secondo logiche di specializzazione (enogastronomia, arte, sport, artigianato, ecc.);

Digitalizzazione e empowerment dei territori: supporto alla transizione digitale delle realtà turistiche locali.



Gruppo Destination Italia S.p.A.

Sede legale: Galleria Sala dei Longobardi 2, 20121 Milano

Pec: destinationitalia@legalmail.it – P. Iva: 09642040969