



# DESTINATION ITALIA (DIT)

IRTOP Lugano Investor Day

10 Ottobre 2025

- 1 **First Glocal Travel Tech** con l'obiettivo di Globalizzare il prodotto Local attraverso un processo industrializzato sostenuto da una tecnologica proprietaria (Hubcore AI)
- 2 Offerta rivoluzionaria potenziata da una rete di **Local Expert**, un **database proprietario di esperienze** uniche funzionale allo sviluppo di una grande Industria di **turismo sostenibile**
- 3 Integrazione dell'intelligenza artificiale nella **piattaforma proprietaria Hubcore.AI**, sviluppata in funzionale **all'efficienza** dei processi e all'efficacia dell'offerta.
- 4 Approccio multicanale (**B2B, B2C, B2B2C**)
- 5 Crescita costante con un **CAGR 2022-25E del fatturato del ~50%** e raggiungimento di 1 mln di EBITDA nel 2024
- 6 Con l'integrazione di Hubcore, il lancio dei nuovi canali di vendita e delle linee di ricavo, **Destination Italia prevede Valore della Produzione ed EBITDA in forte crescita nel 2025**
- 7 **Potenzialità di sfruttare la posizione di leadership in mercato turistico enorme** ed in costante crescita (\$9mld Italia, ~\$100ml Europa e ~\$280mld miliardi a livello globale)



## Posizionamento strategico

L'approccio **Destination Driven**, reso possibile da una rete di **Local Expert**, la Tecnologia proprietaria e la distribuzione in un mercato Globale rende DIT una **Glocal Travel Tech**, con un forte elemento di **differentiazione rispetto alle altre Travel Tech**

### Paesaggio competitivo DIT



#### Glocal Travel Tech

Operatori che con l'utilizzo della Tecnologia e un approccio destination driven promuovono **pacchetti con contenuti locali** in un mercato **Global**.

#### Globalisti con rete di Local Expert

Operatori che utilizzano una rete di Operatori distribuiti in tutto il mondo, ma senza un approccio che parte dalla destinazione. Promuovono **pacchetti** derivanti da fornitori terzi distribuiti nei vari territori.

#### Global Travel Tech

Operatori che distribuiscono qualsiasi tipo di prodotto turistico in un mercato globale. Vendono **contenuti turistici stand alone** (Hotel, Volo, Experiences) a livello globale, con tecnologie all'avanguardia.

#### Operatori Mono Destination Trad.

Sono operatori specializzati nei singoli territori. Di solito operano a livello regionale, poche volte a livello nazionale. Si chiamano DMC (Destination Management Company)

### Focalizzazione territoriale



## Ecosistema DIT & Tech

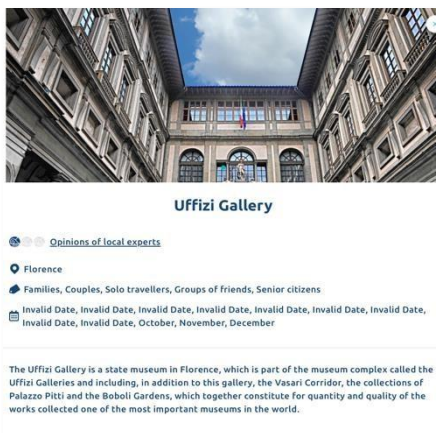
Per la gestione del proprio Eco Sistema, DIT ha sviluppato un software End 2 End per semplificare le complesse operazioni di aggregazione e gestione dei contenuti provenienti da varie destinazioni, la commercializzazione e la gestione post vendita.



### Inventario digitale

#### Immagazzinamento contenuti

Foto, testi creati dai Local Expert.

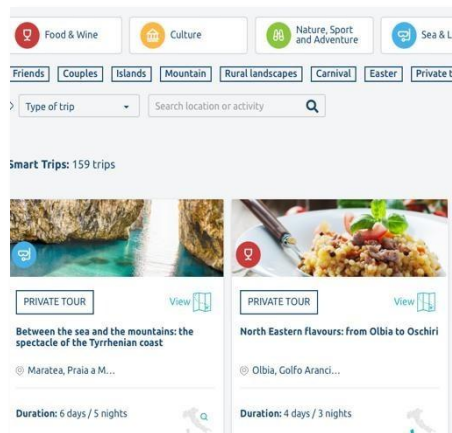


### Archiviazione dei contenuti

### Fabbrica di viaggi 4.0

#### Processo industrializzato per la creazione di pacchetti di viaggio

Il team del reparto prodotti possono creare pacchetti risparmiando fino al 90% del tempo

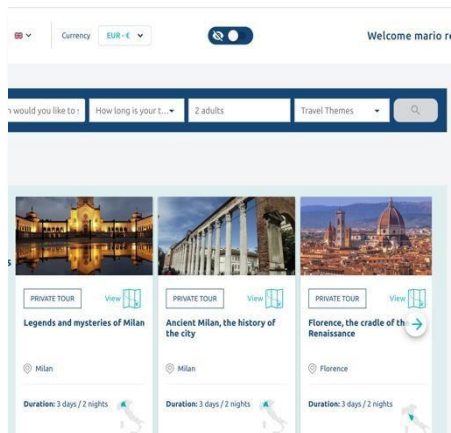


### Creazione di pacchetti di viaggi

### Distribuzione

#### Distribuzione multicanale di pacchetti di viaggio

I pacchetti sono disponibili nella sezione front-end delle nostre piattaforme B2B, B2C e B2B2C (white label).



### Vendita in tutti i canali

### Gestione delle prenotazioni E2E

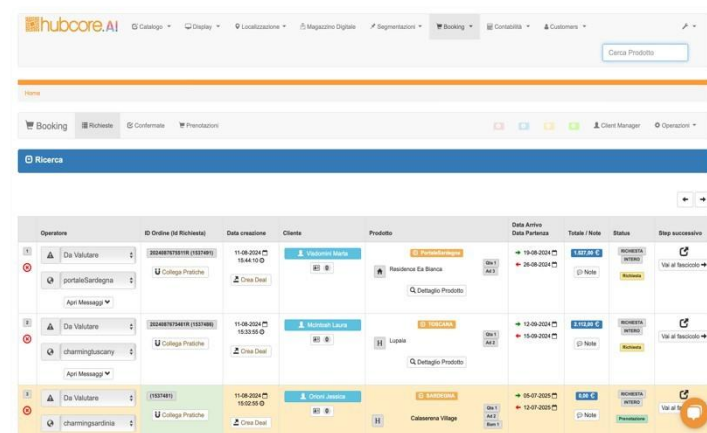
#### Gestione dei clienti

*Dalla richiesta alla  
chiusura della  
prenotazione*

#### Gestione dei fornitori

*Chiusura automatica di  
tutte le prenotazioni*

*Tutti i sistemi di automazione del marketing e  
azioni di remarketing*



### Gestione



## Distribuzione Multicanale

DIT distribuisce i suoi prodotti secondo un approccio multicanale coprendo le 3 tipologie di canali distributivi (B2B, B2C, B2B2C)

### B2B

Numero di clienti  
~1200

Entrate 2024  
€45m

Ricavi/Pratica

Sono (marchio 1): **4,3k euro**

DIT (marchio 2): **1,5k euro**

Esempio di cliente



### B2B2C

Lancio nel Dicembre 2024

Servizio *white-label* per  
Tour Operator, Aziende e  
Associazioni

Il DIT ha già ricevuto l'interesse di  
diversi operatori  
turistici/Aziende/Associazioni.



### B2C

Lancio della piattaforma B2C negli  
Stati Uniti nel novembre 2024.

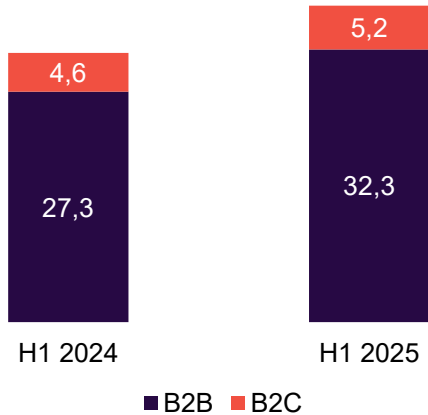
Il lancio è stato supportato da **Whoopi  
Goldberg** che ha presentato la  
piattaforma B2C di DIT nel suo  
segmento su *The View* (ABC).



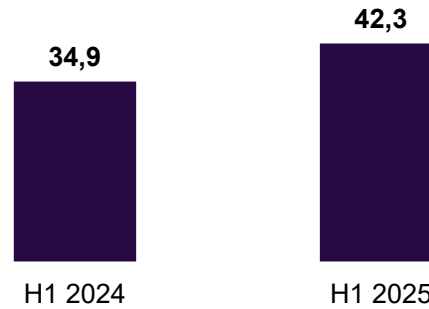
# Key Facts primo semestre 2025

## GROSS TRAVEL VALUE +18%

B2B +18% B2C +14%



## VALORE DELLA PRODUZIONE +21%



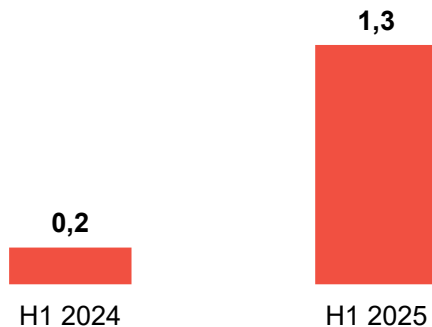
Proseguite attività strategiche per crescita degli asset aziendali, sviluppo di prodotto esperienziale di alta gamma, potenziamento dell'internazionalizzazione, integrazione tematiche ESG, evoluzione area IT, finanza e investimenti.

Rafforzata presenza territoriale e impegno su tematiche ESG attraverso i progetti Destination Local Expert e MEET Forum: evento a Pantelleria per valorizzare patrimonio locale e due edizioni MEET Forum a Taormina e Roma su turismo sostenibile e religioso.

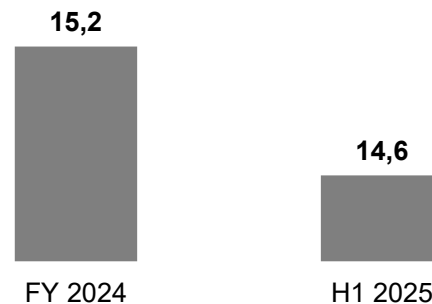
Completata integrazione del modulo Trip Builder nella piattaforma proprietaria Hubcore.AI, strumento B2B per la creazione di itinerari tailor-made con risultati misurabili, già adottato da terze parti.

Proseguito il piano "destination driven" con presidio mercati internazionali ad alto potenziale: consolidata presenza in USA tramite Destination Italia Corp., avviata espansione in Cina con apertura sede commerciale a Shanghai

## EBITDA



## INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO



## Highlights Q3 2025

- Focus su massimizzazione dei ricavi in tutte le linee di business: canali API e Tailor Made dei marchi Destination Italia e SONO (B2B), piattaforme digitali Portalesardegna.com e Charming (B2C), soluzioni API per prodotto extralberghiero tramite Welcomely e contratti licenza Hubcore.AI.
- Attività di set up legali e contabili della società cinese Shanghai Yuanlan Zhi Marketing & Co., Ltd. per rendere operativo il team marketing e avviare espansione nel mercato asiatico.
- Incremento di business B2B con significative performance in Nord America, Europa, Sud America, Asia Pacific e mercati regionali B2C.

## Outlook 2025

- Variabili geopolitiche aumentano l'incertezza nelle scelte dei viaggiatori; si evidenzia l'espansione delle aree coinvolte nei conflitti bellici; la politica dazi USA sta riducendo la capacità di spesa con possibili impatti inflattivi.
- Valore della Produzione in linea col target minimo (75 €M); EBITDA in forte crescita vs 2024, anche se sotto il range stimato (3,0 – 4,5 €M)
- Previsto significativo incremento prenotazioni turistiche, soprattutto nel segmento Incoming B2B, grazie al rafforzamento del portafoglio prodotti a marchio SONO e Destination Italia.
- Gruppo impegnato nelle attività operative in USA e Cina per penetrare i mercati di riferimento, con nuovi progetti e accordi BTBTC
- Sviluppi tecnologici su Hubcore.AI con nuove funzionalità che aumenteranno l'efficienza nella gestione delle prenotazioni fino al 50%, permettendo di aumentare i volumi gestiti e migliorare la produttività.



GRAZIE