

COMUNICATO STAMPA

**DESTINATION ITALIA ANNUNCIA LE LINEE GUIDA DEL PROGETTO STRATEGICO
E I RANGE DI TARGET 2025:
VALORE DELLA PRODUZIONE 75-90 €M,
EBITDA 3,0-4,5 €M**

**CONVOCATA L'ASSEMBLEA DEI PORTATORI DEL
PRESTITO OBBLIGAZIONARIO "PORTALE SARDEGNA 2019-2024 5,00%"**

**APPROVATE LE LINEE GUIDA DEL PIANO STRATEGICO
UN MODELLO DISRUPTIVE NEL PANORAMA COMPETITIVO INTERNAZIONALE
NASCE "THE FIRST GLOCAL TRAVEL TECH"**

INCONTRO CON GLI INVESTITORI

20 novembre 2024, ore 18.00, via Bigli 19 Milano (@ IRTOP Consulting)

Milano, 31 ottobre 2024 – Il Consiglio di Amministrazione di DESTINATION ITALIA (DIT:IM), riunitosi in data odierna sotto la Presidenza di Dina Ravera, ha **approvato le linee guida del progetto strategico** che posiziona la Società come **"The First GLocal Travel Tech"**. Il Consiglio ha inoltre preso visione dei range di **Target di Valore della Produzione (VdP) ed EBITDA per l'esercizio 2025**.

Dina Ravera, Presidente di Destination Italia: *"Globalizzare con un approccio multicanale tutto ciò che è locale con un approccio strategico che parte dalle Destinazioni e con la tecnologia proprietaria quale strumento di efficientamento dei processi, rende Destination Italia "The First Glocal Travel Tech". Ci siamo resi conto che il nostro modello di business è talmente strutturato e contestualmente innovativo che abbiamo deciso di replicare questo modello in altre destinazioni considerando l'Italia come un POC (Proof of Concept) da scalare in altre nazioni. Esiste una prateria nello scenario strategico internazionale che oggi è pressoché occupato da operatori Globali e Generalisti che si limitano, con tecnologie all'avanguardia, a distribuire i singoli contenuti turistici senza un approccio che parte dalla destinazione. Abbiamo condiviso con il Management e tutta la nostra azienda che un approccio "destination driven", supportato da una tecnologia che industrializza i processi e consente di accedere a una multicanalità distributiva integrata, rappresenta oggi la vera novità nel panorama strategico del travel internazionale. Non parliamo quindi di globalizzare il nostro modello, bensì di estenderlo con un modello **multidestination** che parte dall'Italia ma non si pone limiti in termini di estensione in altre nazioni. Abbiamo realizzato importanti investimenti per sviluppare un software proprietario End-to-End per snellire le complesse operazioni di acquisizione dei contenuti e distribuzione a livello Global. Tutto è possibile anche grazie alle nuove funzionalità di Hubcore Ai collegate all'Intelligenza Artificiale che stanno riscuotendo l'interesse di tutti gli stakeholder. Entro il 2024 verranno rilasciati dal nostro reparto IT degli importanti **Tools che sfruttano l'AI**, dei veri **generatori di EBITDA Margin** che congiuntamente al lavoro fatto nei territori con i nostri Local Expert, ci rende fiduciosi, **per la prima volta nella storia dell'azienda**, nel comunicare un **range di target di VdP ed Ebitda per il 2025** che riteniamo sfidanti ma alla nostra portata."*

OBIETTIVO DEL PROGETTO STRATEGICO: "THE FIRST GLOCAL TRAVEL TECH"

Il progetto strategico ha l'obiettivo di consolidare un modello di **business disruptive** nel panorama competitivo internazionale - **"The First GLocal Travel Tech"** – che associa l'offerta di contenuti turistici locali creati da una rete di esperti ("Local") digitalizzati e aggregati con una tecnologia proprietaria ("Tech") con un elevato livello di automazione dei processi, che consente con un processo End to End l'accesso a un mercato Globale favorito da un approccio multi-channel. Si tratta di un modello di business che contraddistingue Destination Italia rispetto a tutte le categorie di competitor.

COMUNICATO STAMPA

LINEE GUIDA DEL PROGETTO STRATEGICO

L' *action plan* per la realizzazione della strategia di crescita organica si declina su 5 linee guida.

TECNOLOGIA END TO END: DAL TERRITORIO AI MERCATI INTERNAZIONALI

Hubcore.AI è la tecnologia innovativa proprietaria costruita da esperti del settore e plasmata sulla mission aziendale. Ha tutte le funzionalità per essere facilmente utilizzato in altre country/destinazioni, caratteristica che lo posiziona tra i primi DMS (Destination Management System) a livello europeo. Il software è dotato di strumenti di intelligenza artificiale che riducono in modo significativo lo sforzo operativo in attività come l'aggiunta di esperienze di viaggio o per ispirare potenziali clienti.

DESTINATION DRIVEN APPROACH

Il Gruppo ha la mission di rendere globale ciò che è locale (GLocal), posizionandosi in maniera distinta rispetto all'approccio generalista e globalista delle grandi OTA. Il modello "Destination Driven" si basa sui territori e sfrutta la rete dei Local Expert per mappare le vocazioni territoriali e trasformarle in contenuti turistici fruibili e commercializzabili. Il progetto "Experience Maker" è una modalità attraverso la quale viene declinato il modello di sviluppo locale e si contrappone al tradizionale approccio "Experience Taker" generalista e globalista delle grandi OTA delle Silicon Valley. Con questo progetto i Local Expert stanno permettendo al Gruppo di sviluppare un proprio portafoglio di esperienze esclusive secondo 5 filoni individuati dai nostri Product Designers del Gruppo, contribuendo ad ampliare il livello di differenziazione rispetto ai nostri competitors.

Il Gruppo ha in corso molteplici iniziative di Sustainable Hospitality e Rigenerazione urbanistica, agendo da *derisker* dei progetti **Real Estate**, finanziati da Fondi terzi, soprattutto in realtà da valorizzare e trasformare in destinazioni. La trasformazione di un territorio in destinazione è un grande moltiplicatore di redditività e contestualmente un riduttore di rischio per gli Investitori Real Estate.

MARKET GLOBAL APPROACH

Destination Italia ha un approccio multi channel che la differenzia da molti competitors. Di seguito si elencano le novità più importanti frutto degli investimenti effettuati nel corso degli ultimi anni:

- **Lancio portale B2C e canale B2B2C:** nel mese di novembre 2024 è previsto il lancio della piattaforma B2C Charmingitaly.com, affiancato da una **importante iniziativa di visibilità sul mercato americano**. Ciò consentirà la partenza del canale distributivo B2B2C e di tutte le opportunità ad esso collegato.
- **Sviluppo del canale B2B:** la crescita della Corporation americana e il presidio di New York rappresentano passi strategici significativi, che saranno replicati in altre location come **Shanghai, Tokyo, Dubai e San Paolo del Brasile**. Destination Italia per il 2025 ha scelto di adottare un approccio **Sales Driven con la creazione di un catalogo multi-mercato** e la contestuale messa a disposizione dei clienti B2B di un **Marketing KIT in private label** che consentirà loro di comunicare con i propri clienti finali, iniziativa dalle caratteristiche estremamente innovative.
- **Nel mese di settembre è stato strutturato l'importante progetto dei Local Ambassador:** per scalare il canale B2B2C e le altre iniziative, il Gruppo utilizzerà una rete di forza vendita indiretta costituita da ambasciatori locali distribuiti in tutto il mondo che promuovono i prodotti e servizi di Destination Italia. Il network continuerà a espandersi nel mondo ampliando la copertura geografica e i contatti commerciali: il Gruppo si pone l'obiettivo di raggiungere un network di **500 Local Ambassador nel 2029**.

MULTI DESTINATION STRATEGY

Grazie a software e processi altamente efficienti, il modello Destination Italia è **facilmente scalabile**, consentendo un'espansione globale efficiente in termini di tempo e di costi. In particolare, l'apertura di una nuova destinazione turistica richiede meno di 6 mesi e un investimento limitato. I Paesi target per il **2025 sono Turchia e Grecia**, mentre nel 2026 il focus verterà su Spagna, Portogallo, Francia, Svizzera e Albania.

La scalabilità della tecnologia e dei canali distributivi rende fattibile tale progetto in tempi molto più rapidi del previsto. Gli oltre 1.000 operatori B2B affiliati a Destination Italia in tutto il mondo potranno promuovere ai propri clienti un'altra destinazione utilizzando una medesima piattaforma tecnologica e **offrendo ai loro clienti un nuovo concept di prodotto/servizio** che si basa sulla valorizzazione di tutto ciò che è locale.

COMUNICATO STAMPA

ESG APPROACH

La sostenibilità economica è una milestone del Gruppo e si declina in tante attività svolte per favorire l'approdo di tutta la filiera verso un atteggiamento virtuoso e sostenibile: la **valorizzazione dei territori** dove il turismo può rappresentare un volano di sviluppo sostenibile; la valorizzazione dei borghi e dei centri disabitati; la riduzione dei fenomeni di overtourism mediante la promozione di nuove destinazioni.

Di rilievo il continuo sviluppo del **MEET Forum** (*Mediterranean European Economic Tourism Forum*) sul turismo sostenibile, evento che si propone come un Laboratorio di Cambiamento con taglio multidisciplinare, che abbraccia temi sistemici, criticità del comparto e aspetti finanziari del business, mettendo insieme esponenti del mondo scientifico e finanziario, stakeholder e pubbliche amministrazioni. Lo scopo principale è quello di delineare uno sviluppo economico turistico della destinazione Italia e dei paesi esteri affacciati sul Mediterraneo che sia sostenibile in chiave ESG. Dal 2023 l'evento è stato replicato con edizioni locali in diverse regioni d'Italia, attraverso il coinvolgimento del territorio.

* * *

TARGET 2025

Alla luce degli investimenti effettuati e tenendo conto delle imminenti delivery delle progettualità più importanti, la Società è pronta a generare la redditività attesa e si pone l'obiettivo di raggiungere i seguenti target nell'esercizio 2025:

- **Valore della Produzione (VdP) nel range pari a 75-90 mln euro**: la crescita sarà trainata dall'espansione e ottimizzazione del presidio commerciale sui mercati esteri, dall'apertura del canale B2C e dal potenziamento dell'offerta con nuove soluzioni di viaggio basate sui trend emergenti.
- **EBITDA nel range pari a 3,00-4,50 mln euro**: l'incremento della marginalità sarà guidato, oltre che dall'incremento del Valore della Produzione, dalle efficienze operative generate dalla tecnologia proprietaria.

I target di Valore della Produzione e EBITDA per il 2025, individuati all'interno del suddetto range, saranno raggiungibili grazie al **combinato disposto** di incrementi marginali dei più importanti **KPI aziendali (tasso di conversione richieste/prenotazioni, Importo medio, Margine netto)**, che insieme determinano una **crescita a tripla cifra del primo margine generato dalle Business Unit** più importanti del gruppo. L'ampiezza del range, sia in termini di VdP che di EBITDA, è da ricondurre alla tempistica che si renderà necessaria per portare a regime i nuovi tools all'interno dell'organizzazione.

Il fatto che i nuovi **Tools di Hubcore.Ai**, rilasciati entro il 2024, verranno utilizzati per **la gestione della clientela B2B** consentirà, da un lato, un efficientamento dei processi e, dall'altro, la possibilità di sfruttare al massimo il **portafoglio di contenuti caricati dai Local Expert**, rendendo il prodotto di Destination Italia sempre più unico, vendibile e in linea con il **modello GLocal**.

PRESTITO OBBLIGAZIONARIO "PORTALE SARDEGNA 2019-2024 5,00%"

Il Consiglio di Amministrazione ha infine deliberato di convocare (**consultata la maggioranza degli obbligazionisti**) - per il 28 novembre 2024 in unica convocazione - l'Assemblea dei portatori del Prestito Obbligazionario "Portale Sardegna 2019-2024 5,00%" (ISIN IT0005391088), al fine di deliberare in merito alla proposta di modifica dei termini e delle condizioni del Regolamento. Le modifiche, una volta approvate, consentiranno alla società di riequilibrare e riscadenzare l'attuale esposizione debitoria così da consentire alla società di utilizzare le risorse a disposizione per l'attuazione della strategia di crescita.

Nello specifico il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di sottoporre all'assemblea degli obbligazionisti, *inter alia*, le seguenti modifiche:

- (I) modificare la Data di Scadenza delle Obbligazioni dal 6 dicembre 2024 al 6 dicembre 2027;
- (II) modificare il tasso di interesse nominale fisso annuo lordo a decorrere dalla Data di Pagamento che cade il 31 gennaio 2025 come di seguito indicato: (i) 10% a decorrere dalla Data di Pagamento che cade il 31 gennaio 2025 (esclusa) e sino alla Data di Pagamento che cade il 31 gennaio 2026; (ii) 11% a decorrere dalla Data di Pagamento che cade il 31 gennaio 2026 (esclusa) e sino alla Data di Pagamento che cade il 31 gennaio 2027; (iii) 12% a decorrere dalla Data di Pagamento che cade il 31 gennaio 2027 (esclusa) e sino alla Data di Scadenza (esclusa);
- (III) prevedere tra gli eventi rilevanti al verificarsi dei quali gli Obbligazionisti avranno il diritto di richiedere il rimborso anticipato anche (a) l'ipotesi in cui Lensed Star S.r.l. cessa di detenere il 25% dei diritti di voto dell'Emittente; (b) l'indebitamento finanziario netto del Gruppo, risultante da ciascun bilancio consolidato di esercizio, risulti superiore a Euro 16,6 milioni (ossia maggiorato di Euro 5 milioni rispetto al valore registrato al 31 dicembre 2023 pari a Euro

COMUNICATO STAMPA

11,6 milioni);

(IV) aggiornare la denominazione del Prestito al fine di tenere conto della fusione di Portale Sardegna S.p.A. in Destination Italia.

L'adeguamento dei tassi è in linea con le attuali condizioni del mercato dei tassi di interesse e delle emissioni di prestiti obbligazionari (specialmente quelli c.d. High Yield). Il nuovo tasso di interesse riconosciuto agli obbligazionisti inoltre è in linea con il significativo aumento dei tassi di interesse che si è registrato dal 2019 ad oggi (nel dicembre 2019 l'EURIBOR a 6 mesi era pari al -0,345%, mentre ad ottobre 2024 pari al 3,092% (fonte <https://www.euribor-rates.eu/it/>) e tiene altresì in considerazione il mantenimento della facoltà in capo all'Emittente di poter rimborsare in qualsiasi momento il prestito senza l'applicazione di alcuna penale – come diversamente da quanto generalmente previsto in analoghe operazioni.

INCONTRO CON GLI INVESTITORI

Il 20 novembre 2024 (ore 18.00, via Bigli 19 Milano, presso la sede di IRTOP Consulting), il Top Management presenterà il modello di business, il posizionamento competitivo distintivo, le linee guida del progetto strategico e i Target 2025. Interverranno Dina Ravera (Presidente), Giulio Valiante (Amministratore), Massimiliano Cossu (Amministratore), Daniele Simonetti (Direttore Finanza). L'evento è riservato a Investitori Istituzionali e Professionali.

La presentazione istituzionale sarà resa disponibile il giorno dell'evento sul sito www.destinationitaliagroup.com, sezione "Investitori / Investor Tools / Presentazioni", nonché sul sito www.borsaitaliana.it, sezione "Azioni/Documenti". Iscrizione obbligatoria a: ir@irtop.com

Destination Italia S.p.A. - capofila di un gruppo che opera nel turismo di fascia alta - è la maggiore TravelTech italiana leader nel turismo incoming di qualità e nel turismo esperienziale, con soluzioni di viaggio altamente personalizzate. La Società, nata nel Settembre 2016, ha scelto di puntare sulla digitalizzazione dei servizi turistici con un'offerta di servizi esclusivi ed expertise avanzate, indirizzati ai settori verticali del turismo B2B, attraverso una piattaforma altamente innovativa – plug and play – che consente la creazione e gestione operativa delle attività di web-booking e di creazione di pacchetti di viaggio di fascia alta tailor-made. Gli strumenti TravelTech sviluppati consentono inoltre la realizzazione e distribuzione di servizi a valore aggiunto, al vasto target internazionale, e di rispondere al contempo, alla trasformazione digitale nel settore del turismo, rendendo i servizi più efficienti, innovativi e customizzati. Destination Italia grazie alla sua piattaforma plug and play distribuisce ad operatori internazionali, oltre che a piattaforme di terzi (via XML), la possibilità di acquistare, aggregare e strutturare, per i propri clienti, pacchetti di viaggio e servizi turistici selezionati ed esclusivi che hanno come destinazione l'Italia. I brand: "SONO Travel Club" e "Destination Italia" sono i due cluster di prodotto indirizzati ai diversi target. Sono Travel Club è rivolto al segmento Lusso con una proposta di servizi altamente personalizzati e su misura ed un ticket medio elevato mentre Destination Italia si rivolge al Mercato Mainstream proponendo le destinazioni italiane più richieste assicurando qualità e competitività. Dalla sua costituzione il Gruppo, ha accolto in Italia oltre 500mila turisti provenienti da 100 Paesi del mondo con un'offerta che comprende oltre 10mila strutture ricettive in Italia. Destination Italia S.p.A. controlla il 100% della società operativa Destination 2 Italia S.r.l. Destination Italia è quotata su Euronext Growth Milan -Ticker: DIT - Codice ISIN: IT0005454027

Contatti:

DESTINATION ITALIA
CFO e Investor Relations Manager
Daniele Simonetti
D: +39 06 62287965
daniele.simonetti@destinationitalia.com

INTEGRAE SIM S.p.A.
Euronext Growth Advisor
Piazza Castello, 24, 20121 Milano
Tel.+39 02 80506160

IR TOP S.r.l.
Media Relations Advisor
Domenico Gentile, Antonio Buozi
Tel. +02.45473884
ufficiostampa@irtop.com