

CRESCITA DEL SETTORE B2C NELLA PRIMA PARTE DELL'ANNO
8,9 Milioni di euro il volume transato al 17 luglio 2023 (+11%)
Forte incremento della domanda proveniente dall'Italia (+14%)
Vola il segmento extra alberghiero per il secondo anno consecutivo (+30%)
Sardegna (+8%) e Sicilia (+16%) le mete preferite

Milano, 20 luglio 2023 - Destination Italia S.p.A. (“Destination Italia”, “Capogruppo” o “Emittente”) la maggiore TravelTech italiana, leader nel turismo Incoming esperienziale nel segmento Luxury, quotata su Euronext Growth Milan, rende noti i primi risultati relativi all’andamento nella prima parte del 2023 delle piattaforme online rivolte al consumer (mercato B2C) e acquisite in virtù della recente operazione di fusione per incorporazione di Portale Sardegna S.p.A..

Il volume transato delle prenotazioni turistiche del B2C alla data del 17 luglio 2023 si è attestato ad oltre 8,9 milioni di euro, segnando un incremento complessivo del mercato italiano e straniero pari ad un +11% rispetto allo stesso periodo del 2022.

Con specifico riferimento alla provenienza delle prenotazioni turistiche afferenti alle piattaforme di vendita online del ramo B2C del Gruppo si registra il forte incremento della domanda proveniente dal mercato domestico (+14%), con una spiccata preferenza verso le destinazioni Sardegna (+8%) e Sicilia (+16%), e la - seppur lieve - battuta di arresto della domanda proveniente dal mercato straniero (Europa -18%). Interessante notare la crescita del mercato USA pari ad un +20%. La flessione del mercato estero è invece strettamente connessa alla scelta societaria operata nel 2022 di focalizzare lo sviluppo IT sulle piattaforme destinate al mercato Italia, rinviando al 2023 quello dedicato al miglioramento delle performance di usability e booking per le piattaforme a marchio Charming. Tali ultime azioni sono state avviate negli ultimi mesi ed essendo le stesse ancora attualmente in corso, esplicheranno i loro benefici nella rete, e dunque sul mercato estero, a partire dall’anno 2024.

In tale contesto risulta poi particolarmente interessante la crescita delle prenotazioni del segmento extra alberghiero provenienti dalla controllata Welcomely S.r.l., property manager del Gruppo, che ha ottenuto un incremento del volume transato alla data del 17 luglio 2023 pari ad un +30% rispetto allo stesso periodo del 2022. La scelta strategica di costituire una società ad hoc che potesse sviluppare il turismo di prossimità ed agire da motore dell’innovazione turistica locale, accrescendo la rete fra i proprietari di case-vacanza ed i Local Expert, si sta rivelando vincente per il secondo anno consecutivo e ci si attende una progressione in senso positivo nel prossimo futuro.

Le attività SEO e di advertising online svolte fino ad ora hanno determinato in generale una risposta di mercato in linea rispetto alle aspettative di Gruppo di inizio anno. Ciò è stato vero soprattutto con riferimento all’early booking, che si è confermato uno strumento di marketing rilevante per l’Emittente e, di conseguenza, per tutta la filiera turistica. Le attività di advertising hanno consentito sia di stimolare la domanda durante il periodo invernale sia di migliorare l’offerta attraverso il potenziamento delle partnership commerciali tra operatori.

Infine rimane stabile il dato relativo alla durata del soggiorno medio che si conferma di 7 notti, come gli anni precedenti, per tutte le destinazioni proposte dal Gruppo, ciò a testimonianza del fatto che i viaggiatori di Destination Italia continuano ad apprezzare i servizi offerti dal tour operator nonostante l’aumento dei prezzi e non sono disposti a rinunciare alle loro vacanze.

Dina Ravera, Presidente di Destination Italia: *“Questi mesi primi mesi dell’anno ci hanno consegnato dei*

risultati di grande soddisfazione, in linea con le migliori aspettative e con l'andamento del mercato. La strategia del Gruppo di puntare sull'innovazione e su attività di digital marketing si sta rivelando vincente sia per anticipare le prenotazioni, sia per promuovere il percorso di promozione e destagionalizzazione del turismo che è fondamentale per un Paese come l'Italia".

Massimiliano Cossu, Member of the Board di Destination Italia: *"Il 2023 è il primo anno della fusione, in qualità di ex-AD di Portale Sardegna, sono soddisfatto che il canale B2C stia dando un contributo alla crescita dei volumi del Gruppo, tuttavia siamo solo all'inizio di un percorso dove le sinergie e le economie di scala saranno tali da favorire una crescita ancor più vigorosa ed in grado di generare EBITDA margin crescenti".*

Il presente comunicato stampa è disponibile presso la sede legale di Destination Italia, presso la Borsa Italiana e sui siti web www.destinationitaliagroup.it (nella sezione "Investor Relations/Comunicati Finanziari").

Per la diffusione delle informazioni regolamentate Destination Italia si avvale del circuito 1INFO-SDIR (www.1info.it) gestito da Computershare, con sede in Milano, Via Lorenzo Mascheroni n. 19 autorizzato da CONSOB.

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 e su misura per Tour Operator ed Agenzie di Viaggio internazionali. 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 alle agenzie di viaggio ed ai tour operator 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 ed 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 Destination2 Italia S.r.l. Destination Italia è quotata su Euronext Growth Milan.

Contatti:

DESTINATION ITALIA S.p.A.
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 96846864

Investor Relations Advisor

POLYTEMS HIR S.r.l.

Bianca FERSINI MASTELLONI - Silvia MARONGIU

Media Relations Advisor

POLYTEMS HIR S.r.l.

Paolo SANTAGOSTINO



06.69923324-066797849
s.marongiu@polytemshir.it

+393493856585
p.santagostino@polytemshir.it
Roberta MAZZEO
+39 3455988195
r.mazzeo@polytemshir.it