Intesa e lastminute.com lanciano Destination Italia e investono 6 milioni sull'incoming

E' stato firmato ieri a Milano l’accordo che dà vita a "**Destination Italia**", un progetto ambizioso che si propone di valorizzare e vendere all’estero il “prodotto Italia” in modo proattivo, organizzato e integrato, attraverso una startup di nuova creazione.
Soci fondatori della NewCo sono con il 57% lastminute.com group, quinto operatore turistico online nel mondo per volume di transato, con il 38% Intesa Sanpaolo e con il 5% l’Amministratore Delegato Marco Ficarra. La nuova società conterà su un investimento iniziale in equity di **6 milioni di euro** e in futuro prevede un’apertura del capitale a eventuali nuovi soci.
L’obiettivo dichiarato è inoltre quello di valorizzare ulteriormente all’estero gli asset chiave del nostro “sistema Paese”, come appunto il turismo, l’enogastronomia, la moda, moltiplicando le opportunità di viaggio e sviluppando il flusso e lo spending dei visitatori stranieri in Italia. La società quindi si pone non tanto come una nuova Ota ma come una piattaforma di intermediazione che aggrega l'offerta italiana che per sua natura è molto frammentata.
L’iniziativa intende aumentare il tasso di crescita attuale degli arrivi internazionali, oggi inferiore a quello dei diretti competitor mondiali, incentivando nuovi flussi dall’estero che nel business plan sono stati stimati in **circa 10 milioni di arrivi addizionali**.
“Destination Italia” opererà sia online che offline, **tramite piattaforme B2B e B2C** ad alto tasso tecnologico, nelle quali saranno integrate e “confezionate” le offerte di hotel, pacchetti turistici, attività culturali ed esperienziali (es. musei, eventi, escursioni, corsi di artigianato e di cucina, attività ludiche e sportive), servizi di biglietteria,trasporti privati e locali, insieme a servizi d’informazione, attrazione e intrattenimento, che saranno attivati in collaborazione con più partner, focalizzati su offerte selezionate del made in Italy.
La piattaforma B2C opererà attraverso la tecnologia già collaudata di lastminute.com ma sarà quella B2B la verà novità anche se non farà molta notizia in Italia: opererà tramite accordi diretti con i TO stranieri secondo lo schema che potete vedere riprodotto in basso e nel nostro Paese se ne potranno al massimo apprezzare gli effetti.
18597a37-2114-404a-a90a-6cea4d0146a6
Il progetto vuole sfruttare strategicamente tutta quella componente del patrimonio turistico italiano costituita dalla grande varietà dei territori e dall’enorme numero di attrazioni, che rendono l’Italia una

destinazione unica: città d’arte, siti archeologici, musei, destinazioni marine e montane, laghi e colline, passando per i borghi per arrivare alla gastronomia, ai vini e al fashion shopping.
Anche Intesa San Paolo farà parte del progetto e sul lato B2C potrà offrire tramite il proprio ecommerce interno riservato a clienti italiani ed esteri i pacchetti online offerti da destinationitalia.com, sito web ufficiale dell'iniziativa.
"La scelta del nome - ci spiega **Marco Ficarra** - è voluta e vuole sottolineare l'italianità del progetto. In questa partita la componente tecnologica giocherà un ruolo cruciale, ma ancor più decisiva sarà la capacità di fare squadra di tutti gli attori coinvolti, nel rispetto dei ruoli e degli interessi dei singoli".
"Idealmente - prosegue Ficarra - Destination Italia potrebbe diventare la piattaforma di prenotazione all'estero dei portali regionali italiani che ad oggi hanno il limite di non poter assegnare dei criteri di preferenza alle strutture promosse. Cosa che però è necessaria per dare al turista la migliore offerta possibile".
La roadmap prevede l’**avvio delle attività di marketing e di vendita per metà 2016**, con una rapidità di sviluppo dell’iniziativa consentita anche dall’utilizzo dell’infrastruttura tecnologica di lastminute.com group.
“Come già lo scorso anno con Expo, Intesa Sanpaolo intende investire risorse ed energie in questo progetto – ha affermato **Stefano Barrese**, Responsabile Divisione Banca dei Territori Intesa Sanpaolo – nella piena convinzione che possa diventare un’ulteriore opportunità di rilancio per la nostra economia. Questa operazione esprime al meglio il nostro modo di essere Banca dei Territori: la nostra strategia ci vede attivi sui settori trainanti del made in Italy, come l’intermediazione immobiliare, con Intesa Sanpaolo Casa, e il food tech, con la piattaforma Created in Italia-Mercato Metropolitano. E ora il turismo, dove puntiamo a proporci come banca partner dello sviluppo delle migliori aziende del settore.”
“L’opportunità di poter contare da un lato sulla prospettiva e sulla dimensione globale del nostro gruppo e dall’altro sulla specifica conoscenza dell’industria turistica italiana” ha aggiunto **Fabio Cannavale**, CEO lastminute.com group “ci ha spinto a credere ed investire in questo imponente progetto, in partnership con un player di eccellenza come Intesa Sanpaolo. Questa è chiaramente l’occasione, per il Paese e per tutti gli stakeholder dell’iniziativa, attuali e futuri, per potersi accreditare e rendersi riconoscibili, appetibili e raggiungibili a livello internazionale.”