

## ITALIA ON THE ROAD, IL TOUR DI LONELY PLANET ATTRAVERSA LO STIVALE



AOSTA – Prenderà il via il 29 giugno dalla funivia Skyway Monte Bianco, in Valle d’Aosta, il live tour “Italia on the road”, organizzato da Lonely Planet con il patrocinio di Enit, Agenzia nazionale italiana per il turismo, insieme a autori Lonely Planet, influencer, video maker, con il supporto di *Repubblica.it* ed emittenti radio nazionali.

Dopo tre settimane di viaggio attraverso sette regioni, il percorso di 22 tappe si concluderà il 24 luglio a Matera, in Basilicata, capitale europea della cultura 2019.

“Accanto alla guida *Italia on the road*, arrivata in libreria il 3 giugno” con 40 itinerari da scoprire lungo la penisola, “abbiamo deciso di fare un viaggio per raccontare come si sta organizzando il paese” nell’estate del dopo emergenza, con la sua “forte dose di fantasia, di inventiva, di voglia ripartire”, ha spiegato in conferenza stampa **Angelo Pittro**, direttore di Lonely Planet Italia.

“Sarà una stagione irripetibile, sia perché avremo l’occasione di concentrarsi sui luoghi sino ad oggi meno frequentati ma anche perché potremo visitare quelli più noti in una fase forse meno fitta di turisti”, ha aggiunto. Oltre alla Valle d’Aosta (con Skyway, Aosta romana, Forte di Bard) il tour toccherà il Piemonte (Monferrato, Langhe, Roero), l’Emilia-Romagna (Ferrara, Comacchio, Pomposa, Ravenna, Rimini), le Marche (Ascoli Piceno, Grotte di Frasassi e lago di Fiastra, Urbino), la Toscana (Versilia, Isola d’Elba, Maremma), la Campania (Benevento, Irpinia) e la Basilicata (Dolomiti lucane, Matera, Metaponto, Policoro).

“Ci siamo rivolti al mercato italiano, veicolando un messaggio che valorizza i nostri spazi. Promuovere la nostra regione tramite questo canale ci permette di raggiungere un ampio target di italiani che questa estate trascorrerà le vacanze nella nostra penisola”, ha detto **Remo Chuc**, dirigente dell’assessorato al Turismo della Valle d’Aosta.

“Siamo felici di accompagnare questo viaggio in Italia, che è anche il nome della nostra campagna nazionale-internazionale”, ha sottolineato **Maria Elena Rossi**, direttore marketing di Enit.

“È una sorta di Giro d’Italia, c’è la scoperta del nostro territorio” e “adesso più che mai accoglieremo a braccia aperte i viaggiatori”, ha spiegato **Davide Cassani**, direttore di Apt servizi Emilia Romagna ed ex ciclista professionista.

“Nella nostra regione possiamo andare dal mare alla montagna in meno di 100 km. Proporremo al team Lonely planet un itinerario da sud verso nord”, ha anticipato **Claudia Lanari**, del servizio Servizio sviluppo e valorizzazione delle Marche.

“L’idea di proporre viaggi interregionali è vincente”, ha spiegato **Francesco Palumbo**, direttore Toscana Promozione Turistica. In questo senso “ripartire e rilanciarsi è anche trovare nuove vie”, ha aggiunto **Mauro Carbone**, direttore dell’Ente Turismo Langhe Monferrato Roero.

In Campania oltre a Pompei e alla Reggia di Caserta si punterà sul “patrimonio culturale interno, sui borghi dell’entroterra”, ha evidenziato **Giuseppe Ariano**, direttore marketing e

comunicazione di Scabec spa/Regione Campania.

L'ultima tappa avrà per protagonista "una Regione piccola, ma ricca di biodiversità, paesaggi e culture", ha detto **Antonio Nicoletti**, direttore Apt Basilicata.

Unicredit e Allianz sono i main sponsor dell'iniziativa.