

FlixBus e l'Associazione Europea delle Vie Francigene accolgono la sfida: «Viaggi più sostenibili non siano un privilegio per pochi»

+++ Chi sceglie l'autobus risparmia l'83% delle emissioni di CO₂ rispetto a un viaggio in auto sulla stessa tratta: la mobilità condivisa può mitigare l'impatto ambientale del turismo a fronte di una spesa contenuta.

+++ Col turismo lento, stimati fino al 51% in più di benefici economici rispetto al turismo di massa tradizionale: la scoperta immersiva del territorio può essere un volano per l'occupazione e lo sviluppo nelle aree marginali.

Milano/Fidenza, 20 novembre 2025 – A tre anni dall'inizio della collaborazione, FlixBus e l'Associazione Europea delle Vie Francigene rinnovano il loro accordo.

Anche nel 2026, chi percorre la Via Francigena potrà accedere al servizio FlixBus **a condizioni agevolate** per raggiungere la tappa di partenza, spostarsi fra tappe intermedie o tornare a casa alla fine del cammino, anche con la propria bicicletta. L'accordo coinvolge **40 tappe europee** dove la Via incrocia la rete FlixBus: **oltre 30 si trovano in Italia**, e includono anche piccoli centri situati in alcune aree interne del Paese.

La collaborazione, nata dalla volontà comune di incentivare un approccio al viaggio più sostenibile, si rinnova nel segno di una nuova sensibilità, dettata dalla consapevolezza dell'impatto crescente del turismo sull'ambiente – il settore turistico è responsabile del 7,3% delle emissioni di gas serra generate nel 2024¹ – e della necessità di una valorizzazione omogenea e strutturata del territorio, anche nelle sue zone marginali.

La sfida è duplice: è possibile promuovere la scoperta dell'Italia in modo responsabile, limitando il proprio impatto e creando valore? E se è possibile, si può fare senza gravare sulle tasche dei viaggiatori?

La sostenibilità è un privilegio per ricchi? L'alleanza di viaggi in autobus e cammini sfata il mito

Una prima risposta a questa sfida può venire dal trasporto in autobus, una forma di viaggio tanto diffusa e capillare quanto efficiente, in grado di sostituire in media 30 auto su strada.

In Europa, chi sceglie di spostarsi con FlixBus anziché con l'auto personale può ridurre le proprie emissioni di CO₂ dell'83%, quindi di almeno cinque volte.² Inoltre, grazie a una maggiore flessibilità rispetto al treno l'autobus può supportare la valorizzazione di località meno note nelle aree interne del Paese, rendendo superfluo il ricorso all'auto con possibili ricadute positive sul piano sia ambientale che economico.³

Analogamente, secondo studi recenti, forme di turismo lento come i cammini possono creare nelle aree marginali **fino al 51% in più di benefici economici** e quasi il doppio dei posti di lavoro rispetto al turismo di massa.⁴ Fra questi, la Via Francigena si è confermata uno degli itinerari più attrattivi d'Europa nel 2024, dimostrando ancora il suo potere di connettere fra loro visitatori e comunità locali, oltre che istanze culturali diversissime.

«*Non serve essere ricchi per viaggiare in modo responsabile. Percorrere itinerari nuovi, lasciare a casa l'auto e partire in autobus, stabilire un contatto con le comunità locali sono piccoli gesti alla portata di chiunque, ma che su vasta scala fanno una differenza significativa. Rinnovando questa sinergia, possiamo incoraggiare sempre più persone a metterle in pratica*», ha affermato **Cesare Neglia**, Managing Director di FlixBus Italia.

¹ WTTC (World Travel & Tourism Council): [Global Travel & Tourism Sector Cuts Emissions Intensity as Economic Prosperity Grows](#)

² Per un confronto tra i fattori di emissione dei diversi mezzi di trasporto: [Avoided Emission Methodology Document 2024](#), pp. 8-9.

³ Beria, P., De Angelis F., Grittini, T. (2025). Il mercato di lunga percorrenza in Italia nel decennio post-liberalizzazione (2014-2024), pp. 15-17.

⁴ UNWTO (Dati United Nations World Tourism Organization)

«AEVF e FlixBus rinnovano l'accordo strategico che offre ai pellegrini un importante servizio, utile per raggiungere la tappa prima della partenza o per il ritorno. La mobilità sostenibile rappresenta un valore importante per la nostra associazione, sempre più attenta allo sviluppo di un turismo lento e responsabile a livello internazionale», ha affermato **Francesco Ferrari**, Presidente dell'Associazione Europea delle Vie Francigene.

Nel 2025 il gruppo Flix, proprietario del marchio FlixBus, ha annunciato il traguardo di oltre 500 milioni di persone trasportate dal lancio. Negli anni, il servizio ha mantenuto un forte ascendente sulla fascia dei giovani; proprio questo segmento è cresciuto sensibilmente fra i viandanti della Via Francigena nel 2024, anno in cui gli under 25 sono stati il 20,7% del totale delle persone in cammino.⁵

Per entrambe le realtà, l'accordo si conferma così un'occasione preziosa per valorizzare il territorio presso un pubblico internazionale e in larga parte giovane, incline a considerare forme di turismo più consapevoli. Secondo l'ultima ricerca di Squadrati per FlixBus, infatti, il 33% degli appartenenti alla categoria dei Millennials e della Generazione Z desidera scoprire i luoghi «con gli occhi dell'esploratore anziché del turista».⁶ La volontà condivisa di incentivare la scoperta del territorio secondo queste modalità emerge, peraltro, nella [terza puntata](#) di FlixPod, il podcast originale di FlixBus realizzato in collaborazione con *On Road Mag*.

Come funziona la convenzione

Per poter usufruire della convenzione basta essere in possesso della **credenziale della Via Francigena**, il documento ufficiale che attesta, attraverso i timbri, il passaggio nelle diverse tappe del cammino.

Seguendo la procedura indicata sul [sito](#) dell'Associazione, i pellegrini e le pellegrine possono ottenere, in pochi passaggi, gli sconti a loro dedicati per prenotazioni tramite l'[app FlixBus](#).

A proposito di FlixBus

FlixBus è il servizio su gomma del gruppo Flix, che mira a trasformare l'industria del trasporto collettivo con soluzioni di viaggio a lunga percorrenza sostenibili e per tutte le tasche in autobus e in treno, operando in più di 40 Paesi in cinque continenti con i marchi FlixBus, FlixTrain, Kamil Koç e Greyhound. Con il suo modello di business *asset-light* e la sua innovativa infrastruttura tecnologica, Flix, lanciata nel 2013, ha rapidamente conquistato una posizione di leadership nel mercato dei viaggi in autobus a lunga percorrenza in Europa, Nord America e Turchia, espandendosi anche in Sud America e nella regione Asia Pacifico.

Spinta da un approccio pionieristico alla mobilità sostenibile, Flix si impegna a raggiungere l'obiettivo di Net Zero entro il 2040 in Europa ed entro il 2050 a livello globale. Per monitorare i propri progressi all'interno di un quadro scientificamente riconosciuto, Flix ha stabilito obiettivi di riduzione delle emissioni a breve termine con l'iniziativa Science Based Targets.

Mentre il team Flix si occupa della pianificazione della rete, delle strategie di prezzo, della gestione delle operazioni, del marketing, delle vendite, del controllo qualità e del business development con un approccio data-driven, ai partner è affidato il servizio operativo quotidiano. L'innovativo connubio fra le competenze tecnologiche di Flix e il tradizionale settore del trasporto passeggeri su gomma e rotaia ha trasformato una start-up europea in una società travel tech leader a livello globale in espansione.

Per maggiori informazioni visitare il sito www.flixbus.it

A proposito di AEVF – Associazione Europea delle Vie Francigene

La Via Francigena promuove un patrimonio legato alle identità culturali europee partendo da un itinerario storico che si esprime attraverso un fascio di strade, sulle quali si è formata la storia dell'Europa nei secoli scorsi. 3200 km attraverso Inghilterra, Francia, Svizzera e Italia (seguendo l'itinerario di Sigerico) e lungo il tratto sud, seguendo l'itinerario dell'anonimo burdigalense (333 d.c.) sugli antichi passi dei pellegrini medievali che camminavano verso le grandi mete come Roma, Santiago di Compostela o Gerusalemme, il 7 aprile 2001 è stata creata l'Associazione Europea delle Vie Francigene (AEVF). In qualità di soggetto abilitato ufficialmente dal Consiglio d'Europa, l'AEVF dialoga con istituzioni europee, regioni, collettività locali per promuovere i valori dei cammini e dei pellegrinaggi, partendo dallo sviluppo sostenibile dei territori attraverso un approccio culturale, identitario, turistico. Nel 2022, AEVF mette in rete 209 enti locali e 80 organizzazioni no profit in Inghilterra, Francia, Svizzera e Italia; oltre a più di 400 attori privati nei settori dell'ospitalità, del turismo e delle attrezzature tecniche. 658 comuni europei sono attraversati da questa immaginaria linea rossa che disegna la via maestra che ci collega all'Europa pacifica dei popoli, dove le identità nazionali danno forza e valore al confronto delle culture e al radicamento dell'identità europea.

www.viefrancigene.org

⁵ Dati AEVF: [Il 2024 della Via Francigena: numeri e stime sul flusso dei pellegrini](#)

⁶ Cosa ci spinge a viaggiare, Squadrati per FlixBus (2023)