

FlixBus e ConGelato stringono un accordo per raccontare il territorio e le tradizioni italiane

Durante la Gelato Week, dal 14 al 19 aprile, undici città da nord a sud saranno raggiungibili in autobus a prezzi agevolati

Milano, 12 marzo 2026 – FlixBus, la società *travel tech* globale, e ConGelato, la prima piattaforma dedicata a chi ama il gelato, siglano un patto per promuovere le eccellenze gelatiere italiane.

L'accordo prende il via in vista della **Gelato Week**, l'evento diffuso ideato da ConGelato per valorizzare una delle specialità più iconiche della tradizione gastronomica italiana. Quest'anno, la manifestazione si terrà **dal 14 al 19 aprile** e coinvolgerà **oltre 100 gelaterie in undici città da nord a sud** — Roma, Milano, Napoli, Torino, Genova, Bologna, Firenze, Verona, Padova, Reggio Calabria e Lecce.

Acquistando un pass su gelatoweek.it, nei giorni dell'evento si potranno consumare **cinque gelati** nelle gelaterie che aderiscono alla Gelato Week, e che proprio all'iniziativa dedicheranno **un gusto speciale**.

Grazie alla sinergia tra FlixBus e ConGelato, tutte le città coinvolte nella manifestazione si potranno raggiungere con gli autobus verdi dell'operatore **a un prezzo agevolato**.

In questo modo, FlixBus e ConGelato vogliono incentivare la scoperta di nuovi luoghi e sapori, contribuendo a valorizzare la varietà del patrimonio culturale e gastronomico italiano.

Come ottenere lo sconto e da dove partire con FlixBus

Lo sconto per viaggiare con FlixBus verso le undici città che ospiteranno la Gelato Week è reso disponibile all'acquisto del pass su gelatoweek.it in forma di codice univoco.

Per redimere lo sconto, basta inserire il codice univoco nel carrello in fase di prenotazione sul sito flixbus.it o tramite l'app FlixBus.

In Italia, dove nei suoi primi dieci anni di attività ha già trasportato **oltre 50 milioni di persone**, FlixBus raggiunge **300 città da nord a sud**, collegando anche piccoli centri sprovvisti di collegamenti ferroviari — circa il 40% delle fermate sul territorio nazionale si trova in comuni con meno di 20.000 abitanti, dove l'autobus rappresenta spesso l'unica vera alternativa all'auto privata.

Questa capillarità, unita all'alta frequenza delle tratte e all'ampia disponibilità di corse notturne, consentirà di raggiungere le undici città dell'evento con facilità e con un occhio di riguardo per il portafogli.

Le fermate e le tratte disponibili possono essere consultate nelle pagine dedicate alle singole città sul sito FlixBus: [Destinazioni FlixBus](#)

Esplorare una città e scoprirne i quartieri, al di là dei percorsi più battuti

La Gelato Week nasce per promuovere la tradizione e le materie prime locali — dalla nocciola piemontese al bergamotto calabrese — ma può essere anche **un'occasione per raccontare il territorio**.

Visitando cinque gelaterie in quartieri diversi di una città, chi partecipa all'iniziativa può esplorare lo spazio urbano seguendo **itinerari non convenzionali** e scoprire aree come Porta Vittoria a Milano o il Quartiere Portuense a Roma, più defilate rispetto ai centri storici e talvolta poco conosciute anche da chi, come residente, vive in quelle stesse città ma ne ignora numerose sfaccettature.

Grazie all'accordo con FlixBus, ora questa esperienza è alla portata anche di chi arriva da fuori e vuole **scoprire la sua destinazione in una luce più autentica**, al di fuori dei circuiti del turismo di massa.

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 ha stabilito obiettivi di riduzione delle emissioni a breve termine con l'iniziativa Science Based Targets (SBTi). Ad aprile 2024, SBTi ha convalidato tali obiettivi, riconoscendo che la strategia di FlixBus è in linea con gli obiettivi globali per la protezione del clima.

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: www.flixbus.it

A proposito di ConGelato

ConGelato è la media platform verticale dedicata al gelato italiano, nata con l'obiettivo di valorizzare le migliori gelaterie e guidare le persone nella scoperta del gusto perfetto per loro. Attraverso contenuti editoriali, percorsi tematici, eventi e collaborazioni strategiche, ConGelato costruisce un ecosistema che connette consumatori, artigiani e brand, contribuendo alla crescita e alla digitalizzazione del settore. Attiva in diverse città italiane, la piattaforma è oggi un punto di riferimento nazionale per chi cerca qualità, trasparenza e innovazione nel mondo del gelato.

Spinta da un approccio orientato ai dati e alla valorizzazione dell'artigianalità contemporanea, ConGelato sviluppa format proprietari come la Gelato Week e Fuori Gelato, creando esperienze che uniscono degustazione, intrattenimento e formazione. L'obiettivo è promuovere una cultura del gelato più consapevole, mettendo al centro ricerca sulle materie prime, stagionalità, sostenibilità e sperimentazione.

Il team ConGelato si occupa della strategia editoriale, della produzione contenuti, del marketing, delle partnership e dello sviluppo di progetti speciali con un approccio data-driven, supportando le gelaterie nel posizionamento digitale e nella visibilità verso nuovi pubblici. L'integrazione tra comunicazione, community e attivazioni sul territorio ha trasformato un progetto editoriale verticale in un hub di riferimento per il settore gelato in Italia.

Per maggiori informazioni: www.con-gelato.it