**Su RaiPlay il primo game-travel in collaborazione con Anas. Alla guida Metis Di Meo.**

“Italia on the Road” è il game travel che vuole rendere protagonisti i luoghi meno noti dell’immenso patrimonio artistico, storico e naturalistico italiano. Turismo italiano a 4 ruote e sicurezza stradale per promuovere l’offerta del nostro Paese con un turismo destagionalizzato, che mette in luce le province meno note del Bel Paese, attraverso la scoperta di percorsi del nostro territorio che celano occasioni di svago, avventura, cultura e divertimento.

Il programma, ideato e condotto da Metis Di Meo - volto di programmi Rai che raccontano l’Italia - è un percorso a tappe fra avventure e consigli di viaggio. In ogni puntata un testimonial, un personaggio noto al grande pubblico e strettamente legato al territorio, diventa protagonista mettendosi in gioco in una sfida e raccontandoci il territorio attraverso i suoi occhi. Un format originale con racconti di viaggi da fare su 4 ruote, in collaborazione con ACI e Anas, che dal 29 dicembre porterà su RaiPlay le macchine di “Italia on the Road”. Dalla Lombardia alla Sicilia: un concept esperienziale che si propone innovativo grazie alla formula studiata a misura di turista. L’intento è fornire uno strumento “chiavi in mano” per sentirsi protagonisti e come catapultati all’interno dello stesso programma. Consigli di viaggio e istruzioni per l’uso in un percorso che invita a mettersi comodi e prepararsi alla partenza per unirsi, tappa dopo tappa, alla scoperta di abitudini, tradizioni e costumi delle varie regioni.

Il viaggio è incentrato sul turismo a quattro ruote di prossimità, per incentivare uno slow tourism sostenibile e sicuro, alla ricerca delle radici più antiche che recuperano tradizioni e folklore, promuovendo la sicurezza stradale e i comportamenti corretti alla guida. Il branded content è promosso da ACI, l’Automobile Club d’Italia, nato più di cento anni fa con lo scopo di favorire l’automobilismo in Italia, oggi in grado di disegnare l’orizzonte strategico di una nuova cultura della mobilità, sempre più sicura e sostenibile. ACI ci porta alla scoperta dei territori grazie alle sue strutture radicate sul territorio, leve strategiche per tutelare e sviluppare l’economia turistica nazionale. Partner del branded content è Anas (Società del Polo Infrastrutture del Gruppo FS Italiane), per promuovere la cultura della sicurezza stradale, prerogativa del Gruppo. Anas è da sempre promotrice di iniziative concrete di conoscenza e di fruizione del territorio in grado di definire, nel loro insieme, la forza e il valore del nostro Paese. Sponsor delle puntate è DR Automobiles Groupe, casa automobilistica italiana, che ha intrapreso da anni un percorso di comunicazione teso ad esaltare le bellezze naturalistiche nonché artistiche e culturali nel nostro paese. Per l’occasione mette in campo alcuni modelli del brand EVO. Il programma, in collaborazione con Rai Contenuti Digitali e Transmediali e Rai Pubblicità, è scritto da Metis Di Meo e Dario Folchi con la collaborazione di Denis Falconeri, direttore di produzione Emiliano Celsi, la regia è di Andrea Conte. Il branded content è prodotto da Lilith Factory, fucina culturale di prodotti media innovativi, didattici e divulgativi.

**Angelo Sticchi Damiani, Presidente ACI**: “Il turismo è un motore italiano da sempre fondamentale per l’Italia e per il mondo, soprattutto lungo percorsi ignorati. Lo dimostra la storia, da Marco Polo a Cristoforo Colombo che viaggiavano per terra e per mare, fino a Galileo Galilei e Leonardo Da Vinci che vagavano anche per stelle e pianeti. Oggi il turismo italiano alimenta un giro d’affari di 255 miliardi di euro, pari al 13% del PIL. Lo scorso anno sono stati oltre 54 milioni i viaggi compiuti dagli italiani per turismo, prevalentemente in auto. Oggi, quindi, più che promuovere turismo, va promossa una nuova cultura del turismo, alla riscoperta di tutto il territorio nazionale e non soltanto delle mete più note e affollate, lungo itinerari spesso tralasciati o dimenticati: siamo primi al mondo per siti patrimonio dell’Unesco (58) e 2.400 Comuni sfoggiano almeno una perla museale. Da 118 anni ACI è promotore di cultura di turismo responsabile e sostenibile che, al pari della mobilità sicura, è un fattore chiave per lo sviluppo socio-economico del Paese. Insieme a RAI lanciamo oggi uno strumento divulgativo ed educativo di nuove forme di turismo, che vedono protagonista chi si muove su strada in modo responsabile e sostenibile, alla scoperta e alla riscoperta dell’enorme ricchezza storica, artistica, naturalistica ed enogastronomica che il mondo ci invidia”.

**Edoardo Valente, Presidente Anas** (Società del Polo Infrastrutture del Gruppo FS Italiane): “La rete stradale e autostradale di Anas, grazie alla sua capillarità sul territorio consente di raggiungere i posti più belli e straordinari del nostro Paese, attribuendo alle infrastrutture viarie un significato che va oltre il mero luogo di passaggio: una visione che mette al centro contemporaneamente il territorio e la strada, che non è considerata solo un nastro di asfalto ma fonte di conoscenza, di sviluppo sostenibile, volano per l’economia e il turismo, generando così nuove prospettive e possibilità per il futuro. La strada non è quindi solo un collegamento tra luoghi e persone, ma è anche un veicolo di bellezza. Il progetto “Italia on the Road”, grazie alla collaborazione con Aci e Raiplay, è un’ulteriore iniziativa di valorizzazione del brand di Anas che favorisce la conoscenza del patrimonio turistico, culturale ed enogastronomico nazionale, per portare alla luce il know-how migliore dell’Italia: il suo territorio”.

**Massimo Di Tore, Direttore marketing e comunicazione di DR Automobiles Groupe**: “Siamo profondamente innamorati del nostro paese. Pensiamo che sia il più bello al mondo. Crediamo molto nell’italianità, che per noi vuol dire passione, creatività, intraprendenza e tenacia. Questi sono i valori che ci ispirano ogni giorno nel nostro lavoro e rappresentano dunque i caposaldi della nostra politica di comunicazione. Da anni abbiamo infatti intrapreso un percorso comunicativo che vede contestualizzate le nostre automobili nei luoghi più iconici del paese. Basti pensare ai nostri più importanti spot TV, girati in città come Venezia, Roma, Napoli, Milano, Trento. Lo scorso anno, proprio a dicembre, abbiamo voluto ringraziare i nostri numerosi clienti con una campagna che esaltava il patrimonio artistico, culturale, oltre che naturalistico dell’Italia. Con Rai Pubblicità abbiamo già collaborato alla realizzazione di una scorsa edizione di Linea Verde Explora e abbiamo dunque sposato con grande entusiasmo il progetto di Italia On The Road. Per l’occasione abbiamo messo a disposizione della produzione due modelli appena lanciati in gamma EVO, uno dei nostri 4 brand. La EVO 5 e la EVO 7. Due suv rispettivamente da 4,50 mt e 4,70 mt. Auto full optional di serie, molto confortevoli e dotate del nostro sistema bi-fuel Thermohybrid, che consente di contenere le emissioni di Co2 con un occhio anche ai consumi di carburante. La soluzione ideale, dunque, per viaggiare alla scoperta del nostro Paese.”