

Coldiretti-Touring Club, "Campagna e città" tutte in un libro

“Campagna e città – Dialogo fra due mondi in cerca di nuovi equilibri”. E’ il titolo del volume presentato a Milano da Coldiretti e Touring Club Italiano e che verrà distribuito in esclusiva ai 350.000 Soci Tci per l’anno 2012.

In occasione dell’evento sono stati illustrati i risultati di una ricerca condotta da Swg che esprimono una valutazione quantitativa del valore aggiunto che apporta il territorio sui pacchetti turistici. Dall’indagine, infatti, risulta che nella scelta di una meta turistica la presenza di bellezze naturalistiche e paesaggistiche incide per il 55%, seguiti da cultura arte e storia (49%), relax (33%), divertimento (22%) e gastronomia (21%).

Il paesaggio è quindi un elemento al quale i turisti non vogliono rinunciare: togliendo la componente ambientale da un ipotetico pacchetto turistico, il valore cala di 46 punti (passando dal valore iniziale di 100 a 54).

“Città e campagna nella nostra storia sociale ed economica non vanno viste separate e distanti; sarebbe un errore perché da sempre rappresentano dei componenti della società in continua connessione e mutuo rapporto – ha sottolineato il presidente della Coldiretti Sergio Marini -. Una interrelazione che ha permeato abitudini e vita quotidiana della gente che oggi più che mai riconosce i primati dell’agricoltura italiana che è divenuta leader nel mondo con primati assoluti sul piano qualitativo, ambientale e sanitario. È questa l’agricoltura che Coldiretti rappresenta nella nuova stagione caratterizzata da rapporti più stretti tra agricoltori e consumatori. Un’agricoltura che vive una nuova centralità nel Paese, al servizio del bene comune”.