



La segreteria

Bologna, campagna abbonamenti 2014

In un paese del Quercy (Francia) l'apertura di un grande magazzino **** mise a subbuglio la vita del paese. Il supermercato vendeva anche pane e lo metteva a un prezzo quasi dimezzato rispetto a quello del vecchio fornaio del paese. Il sindaco, preoccupato, chiese alla direzione del grande magazzino di ritoccare verso l'alto il costo del pane, o aprire un banco a disposizione del fornaio del paese. La risposta, sebbene dispiaciuta, fu

negativa: il gruppo era (ed è) troppo grande per piccole eccezioni. Ci fu una riunione nel paese cui parteciparono quasi tutti gli abitanti. Venne deciso che la qualità del pane offerto dal grande magazzino era troppo scadente e quella del fornaio troppo alta per perderla. Ogni famiglia prese l'impegno a comprare il pane solo dal fornaio del paese. Il danno per il grande magazzino fu irrilevante, e il fornaio – con gioia di tutti – continuò a sfornare pane fresco, due volte al giorno, sei giorni alla settimana, domenica inclusa (in molte regioni della Francia l'apertura domenicale del forno è un dato che non viene nemmeno messo in discussione: i fornai prendono il giorno di ferie durante la settimana, a turno). Esempi come questi negli ultimi dieci anni si sono moltiplicati in ogni dove, anche in Italia. Ormai è chiaro che la qualità della vita di una città non si basa solo sull'economicità di ciò che vi si può comprare, ma anche sulla qualità del vivere. Strade vuote e negozi chiusi sono uno spettacolo triste e quando ci si accorge che il grande magazzino non riesce ad offrire qualità ormai il danno è fatto: i vecchi calzolai hanno chiuso, i fornai che fanno il pane sono sempre di meno, i bar dove le brioche meritano questo nome ormai una rarità. Colpa della grande distribuzione? Non solo: ma anche di chi ha accettato di mangiare pane di plastica e brioche da petrolchimico.

Difendere la qualità della nostra vita coinvolge scelte importanti che non si misurano solo in termini di risparmio. Ed anche il risparmio... occorre saperlo valutare. Quanto costa alla città illuminare a giorno le strade e pulire i marciapiedi, operazione che un tempo facevano i negozianti con le loro vetrine e spazzando davanti all'entrata del negozio?

VIAGGI di CULTURA è uno di questi negozi.

Una rivista che tiene altissimo, il livello dell'offerta turistica e degli studi che la riguardano. Un po' perché compirà a gennaio sessanta anni di vita, un po' perché allarga continuamente lo spazio del visitabile scoprendo non solo destinazioni nuove, ma nuovi orizzonti, VIAGGI di CULTURA si è conquistata negli anni un grande titolo di merito e di vanto: da Milano a Venezia, da Firenze a Roma non c'è turista che non ci consideri punto di riferimento irrinunciabile. Non c'è persona che prima di partire per un viaggio non consulti i numeri della nostra rivista e si domandi: "Ma VIAGGI di CULTURA ... che itinerario faceva?"

Come ha fatto VIAGGI di CULTURA a conquistarsi questo nome? Come fa VIAGGI di CULTURA a proporre luoghi e templi di cui le guide non parlano e che nemmeno si sa che possano esistere? È un segreto vecchio come l'umanità: studiando. Studiando come esperti veri, su libri e riviste specializzate, trascorrendo giorni sulle riviste on-line di archeologia e di arte di tutto il mondo. Perché così tanto lavoro?

Perché ci piace inventare: ci piace scoprire il nuovo. E perché il mondo è vastissimo, immenso.

Perché quando sentiamo anche solo dire 'Misteri dell'India', 'Il fascino misterioso dell'Indonesia' ci viene il latte alle ginocchia... ma come, dopo quarant'anni di turismo siamo ancora qui?

Questa rivista, come il fornaio del Quercy e le mille imprese artigiane che hanno reso splendide le nostre città, vive della fiducia dei propri amici e delle risorse provenienti dagli abbonamenti, così come il fornaio può vivere solo grazie alla vendita del pane.

Abbonarsi a VIAGGI di CULTURA è difendere la qualità della tua vita, del tuo turismo; proteggere la capacità di vedere il diverso e comprenderlo. Significa tenere in vita uno sguardo sul mondo che è originale, nuovo

perché capace di rinnovarsi completamente, allargando l'orizzonte che ci circonda, aprendo nuove finestre e nuove vedute a un mondo che ha bisogno di comprendere il diverso: per difendersene a volte, per sposarlo altre volte.

In questi difficili anni VIAGGI di CULTURA ha proseguito la propria opera trasformandosi lentamente non solo in svago e divertimento, ma in formazione.

VIAGGI di CULTURA veglia e sta vegliando sul turismo culturale italiano. Unica forse a continuare a fare ricerca, a scrutare mondi e problemi nuovi. Unici ad avere una rivista degna di questo nome perché i viaggi sono una conseguenza dell'avere qualcosa da dire e da chiedere al mondo, non sono un catalogo di mete fine a se stesse. VIAGGI di CULTURA ha bisogno del tuo aiuto, del tuo abbonamento. Come il fornaio del Quercy di cui crede di condividere la stessa qualità, professionalità, la stessa personalità culturale. Ma anche la stessa debolezza economica. Se il paesaggio che hai intorno e che ami include anche VIAGGI di CULTURA questo è il momento di difenderlo. Di andare in posta a rinnovare l'abbonamento o effettuare il pagamento tramite bonifico bancario.

Grazie.

Stefano Cammelli - Direttore

ABBONAMENTI 2014

Abbonamento ordinario: 70 Euro

Oltre al ricevimento dei quattro numeri annui della rivista dà diritto all'esenzione del pagamento delle tassa di iscrizione di 100 Euro per persona per viaggio, per ogni viaggio per tutto l'anno solare 2013.

Ogni abbonato ha inoltre il privilegio di potere offrire per un anno un abbonamento gratuito a un conoscente purché non sia già iscritto a VIAGGI di CULTURA. È un regalo semplice, intelligente e vi ricorderà al vostro amico per quattro volte l'anno con la qualità di una rivista di turismo culturale unica in Italia ... e non solo.

Abbonamento sostenitore: 150 Euro

Oltre al ricevimento della rivista (4 numeri annui) estende a tutta la famiglia il diritto all'esonero della tassa di iscrizione di 100 Euro per persona per viaggio, per ogni viaggio di tutto l'anno solare in corso.

COME EFFETTUARE IL RINNOVO

Bonifico bancario

Beneficiario: CONWAY SRL

IBAN: IT 32 U 02008 02435 000102122038

Conto corrente postale

CCP n. 1018303089 intestato a

Conway Srl - Viaggi di cultura, Casella postale 622, 40100 Bologna

(Ricordarsi di precisare sempre il nome e cognome del mittente: ogni anno riceviamo una ventina di rinnovi "anonimi")