

**Territoires du vin**

ISSN : 1760-5296

: Université de Bourgogne

6 | 2014

Territoires du vin d'Italie

# Paysage et développement touristique dans les Cinque Terre : le rôle de la viticulture

01 September 2014.

**Elisa Tizzoni**

🌐 <http://preo.u-bourgogne.fr/territoiresduvin/index.php?id=813>

Licence CC BY 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Elisa Tizzoni, « Paysage et développement touristique dans les Cinque Terre : le rôle de la viticulture », *Territoires du vin* [], 6 | 2014, 01 September 2014 and connection on 22 November 2024. Copyright : [Licence CC BY 4.0 \(https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/). URL : <http://preo.u-bourgogne.fr/territoiresduvin/index.php?id=813>

PREO

# Paysage et développement touristique dans les Cinque Terre : le rôle de la viticulture

## ***Territoires du vin***

01 September 2014.

6 | 2014

Territoires du vin d'Italie

Elisa Tizzoni

🔗 <http://preo.u-bourgogne.fr/territoiresduvin/index.php?id=813>

Licence CC BY 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

---

Introduction : les Cinque Terre, un exemple de valorisation touristique d'un paysage du vin

Les vignobles des Cinque Terre, un Patrimoine de l'Humanité entre valorisation et fragilité environnementale

Paysage et tourisme dans les Cinque Terre : vers un avenir entre opportunités et défis

---

## **Introduction : les Cinque Terre, un exemple de valorisation touristique d'un paysage du vin**

- 1 Dans cet article, nous analyserons le lien entre la conservation du paysage viticole traditionnel et le développement touristique, en proposant un focus sur le territoire des Cinque Terre, une célèbre destination internationale située dans la région italienne de la Ligurie. Les Cinque Terres comprennent cinq villages : Riomaggiore, Manarola, Corniglia, Vernazza et Monterosso<sup>1</sup>.
- 2 Au sein de la riche production scientifique sur la relation entre les paysages du vin et le tourisme<sup>2</sup>, l'étude de cas que nous proposons présente un intérêt particulier, non seulement par le succès interna-

- tional que la localité a obtenu au cours des dernières décennies, mais surtout en raison des particularités environnementales, sociales et culturelles du territoire.
- 3 Du point de vue administratif, les Cinque Terre appartiennent actuellement à la Province de La Spezia, en Ligurie. Les cinq villages atteignent à peine 4.000 habitants, répartis sur une superficie d'un peu plus de 3.800 ha (donnée au 31/12/2012 ; source : Chambre de commerce de La Spezia). Riomaggiore est le village le plus peuplé (1.626 habitants), suivi par Monterosso (1.473 habitants) et Vernazza (899 habitants).
  - 4 Les Cinque Terre sont mondialement réputées grâce à la présence d'un patrimoine paysager unique au monde, constitué par des collines en terrasses couvertes par des vignobles en pergola qui descendent à pic sur la mer, au-dessus des cinq villages perchés sur le rocher. Ces communes et ces paysages ont conservé leur végétation médiévale et les caractéristiques typiques de l'architecture traditionnelle de la Ligurie.
  - 5 La production vinicole des Cinque Terre a connu une importante reprise pendant l'après-guerre. La région a obtenu en 1973 le label DOC pour ses vins blancs, protégées avec l'appellation *Cinque Terre DOC*, et pour son prestigieux vin passito, le *Sciacchetrà*, qui entre-temps est devenu l'un des éléments constitutifs de l'offre touristique locale. Cette dernière propose des parcours de dégustation, des manifestations œnologiques et gastronomiques, voire un calendrier d'événements internationaux dédiés à ce vin, comme on le verra plus en détail dans l'étude.
  - 6 Cependant, au cours des dernières années, la durabilité et l'efficacité du modèle de développement touristique de la région et, de manière plus générale, les politiques de sauvegarde et de mise en valeur du paysage traditionnel, ont été sérieusement remises en question à l'occasion d'une vaste enquête sur des pratiques de corruption et de mauvaise administration qui ont impliqué les dirigeants locaux en 2010 et, l'année suivante, lors d'une inondation tragique.
  - 7 Dans cet article, nous allons donc analyser le rôle joué par la viticulture dans le succès touristique des Cinque Terre en abordant la question selon trois angles principaux: la dimension rurale du milieu local,

la présence d'une aire protégée dans les limites du Parc national des Cinque Terre, les dynamiques économiques et sociales déclenchées par la pratique touristique.

- 8 Nous examinerons en détail les différents aspects liés au paysage et à l'œno-gastronomie à travers une brève reconstruction historique des pratiques de valorisation de la viticulture locale ; une évaluation des résultats, des potentiels et des limites des initiatives les plus récentes ; voire en proposant des commentaires sur les questions critiques et les points forts de l'offre œnotouristique actuelle de la région.

## **Les vignobles des Cinque Terre, un Patrimoine de l'Humanité entre valorisation et fragilité en- vironnementale**

- 9 « Non molto lungi dal rinomatissimo Golfo della Spezia, costeggiando la riviera di Genova dalla parte di mare, e passate le rupi scoscese di Portovenere, ed i luoghi detti di Biassa, apresi il seno delle Cinque Terre. (...) Per quanto sterile ed incolta sembri questa contrada all'occhio indifferente del viaggiatore, s'egli vorrà però più da vicino considerarla, non mancherà di veder con meraviglia quanto l'industria dell'uomo, sino dai più antichi tempi, abbia reso fruttifero di un'immensa quantità di viti e ulivi quel terreno che abbandonato alla sola natura non presenterebbe ora che rupi inaccessibili e disabitate »<sup>3</sup>.
- 10 Francesco Agostino Gera décrivait ainsi les Cinque Terre en 1845 dans son « Nuovo dizionario universale e ragionato » (Nouveau Dictionnaire universel et raisonné), où il évoque, en quelques traits, les caractéristiques fondamentales de ce territoire, des éléments qui, dans les lignes essentielles, ont survécu jusqu'à maintenant.
- 11 Le caractère distinctif des Cinque Terre est représenté par un paysage viticole en terrasses, reconnu comme un facteur très important dans les processus de différenciation et de positionnement sur le très compétitif marché des activités touristiques:

- 12 « Viniculture, in particular vines on steep slopes deliver a unique picture of a landscape with which a region can position itself thematically and can highlight itself from other competitive regions which only advertise beautiful sceneries »<sup>4</sup>.
- 13 La construction du paysage viticole des Cinque Terre s'inscrit dans un processus pluriséculaire, qui touche plusieurs domaines et qui ne s'arrête pas à des aspects hydrogéologiques et à l'utilisation des sols. Cela implique aussi l'identité, l'économie, la culture et les relations sociales du lieu.
- 14 Les terrasses des Cinque Terre sont le résultat d'une longue genèse, qui prend ses racines à l'époque médiévale et dont les éléments visuels fondamentaux se sont maintenus au fil du temps, malgré les changements profonds qui se sont produits dans les tissus social et économique, ainsi que dans les techniques de culture et dans les modes de gestion des fonds agricoles<sup>5</sup>.
- 15 Les Cinque Terre représentent une destination touristique déjà reconnue par les voyageurs du passé, voire des stations balnéaires depuis le début du XXe siècle. Toutefois, des formes de tourisme de masse se développent seulement après la seconde Guerre Mondiale : en effet, bien que la construction de la ligne ferroviaire qui relie encore entre eux les cinq villages remonte à 1874, la route qui mène de la côte au chef-lieu de la province fut seulement achevée dans les années 1950. Cette construction sera alors à l'origine d'un véritable boom du secteur touristique, désormais devenu la principale activité de la région.
- 16 Même dans les Cinque Terre, l'émergence de l'industrialisation a entraîné l'abandon progressif des activités agricoles traditionnelles et le dépeuplement des campagnes : dans ce cas particulier, La Spezia, grâce à la présence du plus grand arsenal maritime italien, offrait des nombreuses opportunités d'emploi dans les secteurs de la construction navale, des activités portuaires et du secteur public. Compte tenu de cette situation, le développement touristique a été décisif pour relancer la faible économie locale et pour éviter l'abandon complet des villages.
- 17 Pourtant, comme dans le cas d'autres destinations touristiques, la croissance du tourisme eu un fort impact sur l'environnement, en en-

traînant une augmentation de la densité urbaine et la progressive « touristification » des ressources territoriales, sans arriver toutefois aux formes d'urbanisation qui ont défigurés plusieurs villages de la Riviera Ligure.

- 18 Bien que la « monoculture » du tourisme ait réduit l'ampleur de l'abandon des Cinque Terre, elle a cependant accéléré des processus de « scardinamento delle relazioni di necessità che da sempre univano comunità e territorio »<sup>6</sup> (détérioration du lien entre les hommes et le territoire), qui se sont manifestés, pour ce qui concerne le paysage rural, dans la réduction des surfaces cultivées ; dans la cessation presque totale de l'entretien courant des murs en pierres sèches ; dans le dépeuplement et dans la dégradation des petits villages perchés, enclenchant au final des phénomènes de dégradation hydro-géologique :
- 19 « A partire dagli anni 1970-80, infatti, dopo forti cambiamenti economici e sociali, le terrazze viticole e i presidi rurali furono gradualmente abbandonati. Se agli inizi del XX secolo in tutte le Cinque Terre gli ettari di terreno coltivati dovevano essere circa 1.700, nel 1970 si ridussero a 1.200, nel 1999 scesero drasticamente a 110, fino a quelli attuali ancora inferiori che sfiorano l'1% del territorio in questione »<sup>7</sup>. (Les vignobles en terrasses et les hameaux ruraux ont été progressivement abandonnés à partir des années 1970-1980, en raison d'importantes transformations économiques et sociales. Si, au début du XXe siècle dans les Cinque Terre, les surfaces en culture avoisinaient 1.700 hectares et occupaient encore 1.200 ha en 1970, il ne restait que 110 hectares en 1999. Aujourd'hui, la surface agricole utilisée a encore diminué et elle ne couvre désormais que 1% du territoire.)
- 20 Les premières mesures pour la conservation et la relance des activités agricoles traditionnelles furent lancées dans les années 1970 grâce, en particulier, à l'impulsion donnée l'obtention de l'appellation d'origine contrôlée pour les productions Cinque Terre et Cinque Terre Sciacchetrà.
- 21 Le cahier des charges, approuvé par le décret du 29/05/1973, et modifié en 1999 et 2000, identifie deux appellations d'origine : la première « Cinque Terre DOC », qui comprend les sous-zones « Costa de Sera », « Costa de Campu », et « Costa da Posa » ; et la deuxième la « Sciacchetrà Cinque Terre DOC », qui à son tour comprend les types

- « passito » et « riserva ». Dans les deux cas, les vins sont issus d'un cépage principal, le Bosco (40%), associé à d'autres cépages accessoires l'Albarola et le Vermentino pour une proportion inférieure ou égale à 40% ; l'aire géographique de production s'étend sur le territoire des cinq villages et dans les localités voisines, situées dans les limites municipales de la ville de La Spezia et appelées « Tramonti di Biassa » et « Tramonti di Campiglia »<sup>8</sup>.
- 22 L'obtention de l'appellation d'origine entraîne, la même année (1973), la fondation de la « Cooperativa agricoltura Cinque Terre CACT » (Coopérative agricole Cinque Terre CACT). La cave coopérative viticole voit le jour dix ans plus tard. En même temps que ces premières réalisations, démarrent des programmes de valorisation culturelle du territoire et des travaux pour l'amélioration des infrastructures rurales (la construction d'un funiculaire pour transporter les raisins le long des pentes en terrasses ; ainsi que les premières rénovations visant à la réutilisation des anciens bâtiments paysans).
- 23 Durant les années 1990, la prise de conscience du contraste entre l'abandon progressif de la viticulture traditionnelle et la cristallisation d'une image touristique de plus en plus fondée sur les vignobles en terrasses a incité à l'adoption d'un ensemble de règlements et actions visant à la protection du territoire. Ces mesures se sont concrétisées avec la participation de toute la communauté qui avait pour but de soutenir la croissance du tourisme.
- 24 Deux événements ont marqué un tournant dans les politiques de conservation et de promotion du paysage viticole des Cinque Terre : l'inclusion, en 1997, des terrasses dans la liste du patrimoine mondial de l'humanité de l'UNESCO, et la création, deux ans plus tard, du Parc National des Cinque Terre<sup>9</sup>.
- 25 Le Parc, conçu essentiellement dans un but de préservation environnementale, exerce aussi, depuis sa création, une fonction pilote pour le développement touristique local, en plaçant au cœur de son action la défense de la civilisation rurale traditionnelle. Il est donc aussi un « Parc des Hommes », puisque il protège un paysage anthropisé, où l'action humaine fut fondamentale pour créer des conditions de vie en lien avec la nature.

26 Des actions de grande ampleur furent mises sur pied pour réaliser ces projets. L'objectif était d'impliquer directement les communautés locales dans des programmes internationaux, en leur assignant plusieurs fonctions. Des activités dont nous avons mis au jour les évolutions les plus récentes mais qui, selon la classification développée par Corinne Van der Yeught<sup>10</sup>, peuvent se lister comme suit :

- réalisation de la « carta delle Cinque Terre » ;
- remise en culture des friches et soutien aux productions biologiques;
- récupération des murs en pierres sèches ;
- maintenance du réseau de sentiers ;
- mise en œuvre de modes de transport durables;
- réalisation d'un écolabel « *il quale identifica le strutture dell'ospitalità – ricettività e ristorazione – che sono in linea con i principi di rispetto dell'ambiente, garantendo la qualità dei servizi, dell'accoglienza, della promozione e il rispetto della fruizione delle risorse del territorio. In tal senso si intendono promuovere iniziative atte a favorire lo sviluppo economico e sociale della collettività, in particolare favorendo azioni che presentino requisiti di qualità* » (Carta di qualità del marchio di qualità ambientale del parco nazionale delle Cinque Terre, p. 1)(trad. apte à identifier les structures de l'hôtellerie (hébergement et restauration) qui sont conformes aux principes de respect de l'environnement et qui assurent la qualité des services, de la réception, de la promotion et du respect des ressources du territoire. À cet égard, l'objectif est d'encourager des initiatives visant à promouvoir le développement économique et social de la communauté, en particulier à travers la promotion d'actions qui présentent des impératifs de qualité – Charte de la qualité de l'écolabel du Parc national des Cinque Terre, p.1) ;
- réalisation d'enquêtes sur la qualité de la vie de la population résidente (projet *Am.Ben Ambiente e Benessere* (2008) (environnement et bien-être), coordonnées par l'Associazione Architettura&Geobiologia – Studi Integrati della Spezia).

27 Nous estimons cependant qu'il est nécessaire d'intégrer les activités suivantes à cette liste proposée par Van der Yeught :

- éducation et formation. Un *Centro di Educazione Ambientale* (CEA) (Centre d'éducation environnementale) a été récemment ouvert à Manarola ; existence de cours d'enseignement supérieur parmi lesquels l'*Alta Scuola di Turismo Ambientale* (Haute Ecole de Tourisme environnemental) ;
- production de spécialités gastronomiques ;



soutien à la réalisation de festivals et d'événements, dont l'*Aria Festival* ou le « *Re Sciacchetra* ».

- 28 Le parc gère plusieurs services touristiques (points d'information, transport local, services de restauration) à travers un consortium à responsabilité limitée, l'A.T.I. 5 Terre, auquel adhèrent quatre coopératives (Manario 2002 S.c.a.r.l., Le Ragazze del Parco S.c.a.r.l., Vernazza 2000 S.c.a.r.l., Turismo Sostenibile Cinque Terre S.c.a.r.l.) regroupant 125 employés<sup>11</sup>.
- 29 De plus, l'ATI 5 Terre commercialise une gamme de produits alimentaires typiques sous la marque déposée « *Antiche Ricette Cinque Terre* ». Ces produits sont distribués à la fois par les petits magasins locaux et la grande distribution.
- 30 Dans le cadre de l'offre touristique des Cinque Terre, le réseau des sentiers figure parmi les principaux facteurs d'attraction. La plupart des sentiers sont compris dans le système de l'« *Alta via delle Cinque Terre* », un chemin qui serpente, à travers les vignobles en terrasses, la côte tombant à pic sur la mer. L'entretien et la gestion du réseau est essentiellement rendu possible grâce aux ressources du Parc.
- 31 À côté de l'activité ordinaire, en utilisant des fonds européens et des financements internationaux, le parc a promu et coordonné plusieurs projets spéciaux destinés principalement à l'identification des éléments typiques du paysage ainsi que des facteurs clés pour sa sauvegarde.
- 32 Entre 2001 et 2004, le système de construction des terrasses a été étudié par des chercheurs de l'Université de Genova<sup>12</sup> et de l'ISCUM – *Istituto di Storia della Cultura Materiale* (Institut d'histoire de la culture matérielle) afin d'identifier les particularités des techniques de construction qui se sont transmises au cours des siècles et d'élaborer des instruments pour la réalisation, l'entretien et la rénovation des murs en pierres sèches. Pour ce faire, ils ont eu recours à un large éventail de sources, y compris des explorations archéologiques et la récolte de témoignages oraux. Ces projets ont été financés grâce aux fonds alloués par la société American Express dans le cadre du programme Worlds Monuments Watch, ainsi que par le programme communautaire Life-P.R.O.Si.T.<sup>13</sup>

- 33 Un projet de recherche auquel participent le Parc national des Cinque Terre, les Universités de Gênes, Florence et Tübingen, le Corps forestier d'État et la municipalité de Vernazza, a été mise en place en 2013 afin de comprendre les phénomènes hydrogéologiques de la région.
- 34 En considérant l'ensemble des parties prenantes concernées dans la valorisation du paysage rural des Cinque Terre, il faut remarquer que les résidents, dans la plupart des cas, ont conservé la propriété des structures de production et d'accueil. D'ailleurs, ces dernières sont souvent le résultat des travaux de la rénovation et de la transformation des premières.
- 35 En outre, la gestion des activités agricoles et des services touristiques qui y sont liés, a été confiée à des coopératives locales, confirmant en cela une approche de développement du secteur touristique qui vise à la durabilité et à l'implication des populations locales<sup>14</sup>.
- 36 Une synergie triangulaire s'est donc établie entre les opérateurs touristiques, les viticulteurs et le Parc, ce dernier agissant comme un agent de captation. Il favorise ainsi le succès de la destination Cinque Terre sur les marchés internationaux par « deux mécanismes complémentaires qui sont à l'origine d'un cluster 'tourisme durable' aux Cinq Terres : (1) l'existence d'un capital social, enraciné dans la culture locale, qui engendre la confiance et favorise la coopération entre parties prenantes, et (2) l'institutionnalisation d'un système de gouvernance original, fondé sur la mixité des modes de coordination qui empruntent autant au modèle hiérarchique qu'au modèle participatif. Ces déterminants se renforcent mutuellement. En moins de dix ans d'existence, le Parc national des Cinq Terres est parvenu à créer un véritable cluster de tourisme durable grâce à l'organisation d'un système de gouvernance original qui repose sur deux piliers : (I) l'organisation d'une filière agritouristique intégrée et (II) la création d'un label de certification environnementale (*Marchio di Qualità Ambientale*) destiné aux structures réceptives situées dans l'enceinte du Parc »<sup>15</sup>.
- 37 En ce qui concerne la viticulture, la production des Cinque Terre a connu un succès croissant au cours des dernières années sur les marchés nationaux et internationaux, en remportant d'importants prix (Gambero Rosso, Slow Wine).

**Tabella 1** Produzione di vini a d.o.c. “Cinque Terre” e “Cinque Terre Sciacchetrà” - vendemmie 1990-2012 (HL)

Anno	Cinque Terre	Cinque Terre Sciacchetrà	Totale
1990	2.800,82	52,02	2852,84
1991	3.944,18	95,79	4039,97
1992	2.798,75	36,67	2835,42
1993	3.879,26	37,52	3916,78
1994	3.212,27	78,59	3290,86
1995	1.649,70	47,19	1696,89
1996	2.025,72	83,72	2109,44
1997	2.272,29	102,76	2375,05
1998	1.649,02	83,77	1732,79
1999	2.540,57	79,99	2620,56
2000	1.908,48	90,42	1998,9
2001	2.255,57	111,29	2366,86
2002	1.635,96	37,07	1673,03
2003	1.572,76	106,50	1679,26
2004	2.496,92	141,13	2638,05
2005	2.094,24	154,34	2248,58
2006	2.582,63	133,64	2716,27
2007	2.473,69	160,42	2634,11
2008	2.503,14	122,36	2625,5
2009	2.132,57	151,38	2283,95
2010	2.407,79	82,89	2490,68
2011	2.075,6	129,3	2204,94
2012	1.966,4	110,6	2077,03

Fonte: Camera di Commercio, Industria e Artigianato della Spezia

Tableau 1 - Production des vins AOC “Cinque Terre” et “Cinque Terre Sciacchetrà” - vendanges de 1990 à 2012 (Hl.). Source: Chambre de Commerce, d'Industrie et de l'Artisanat de La Spezia.

- 38 Malgré les progrès considérables en termes de développement touristique et de valorisation de la civilisation rurale (le Parc a même été étudié par des experts de gestion et sciences du territoire et cité comme exemple de « bonne pratique »), les contradictions et les faiblesses du modèle de croissance adopté n'ont pas manqué d'émerger au cours des dernières années. Parfois, les difficultés sont venues d'événements imprévus ou d'autres facteurs, comme la récession économique qui a frappé des bassins touristiques internationaux historiquement très importants comme les Cinque Terre, en particulier concernant les touristes venant des États-Unis.
- 39 Durant les dernières années, deux événements, qui ont eu lieu à peu d'intervalle l'un de l'autre, marquent une césure décisive dans le développement territorial des Cinque Terre, déclenchant une crise à

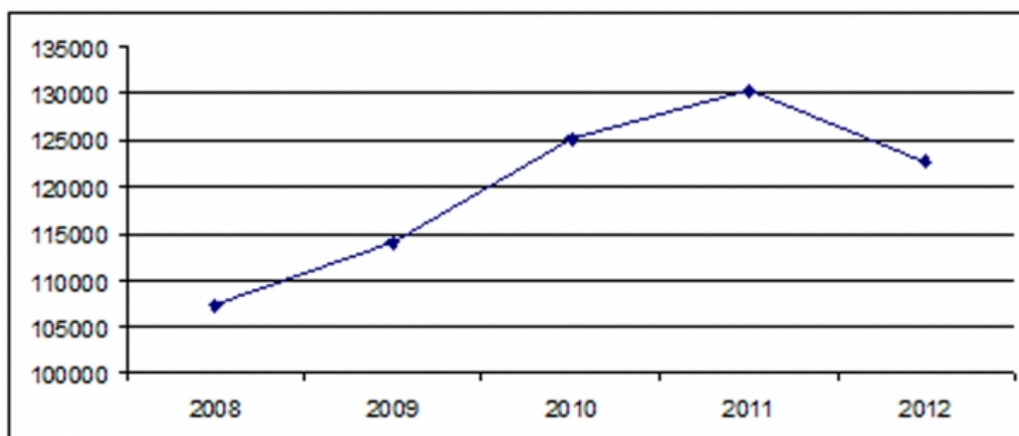
moyen terme, une crise dont les causes initiales sont cependant palpables au travers de processus plus anciens.

- 40 En 2010, l'enquête judiciaire « *mani unte* » (les mains grasses) a conduit à l'arrestation du Président du Parc, révélant ainsi la présence de pratiques généralisées de corruption et d'extorsion dans le cadre des activités institutionnelles de l'organisme. L'affaire a impliqué des personnalités de la politique et de l'économie connues, ce qui a suscité des vives réactions dans l'opinion publique.
- 41 Le Président du parc, nommé par le Ministre de l'Environnement en accord avec le Président de la région Ligurie, disposait d'une certaine indépendance vis-à-vis des dynamiques politiques locales. Cette indépendance, acquise en vertu d'un Statut spécifique destiné à assurer l'autonomie de l'institution, créa les conditions de la fraude.
- 42 L'année suivante, au cours du mois de Novembre, les délicats équilibres hydrologiques des Cinque Terre cède face à un phénomène climatique extrême. Pluies diluviennes et coulées de boues et éboulements de terrains provoquent ainsi quatre décès (dont trois résidents et un opérateur de secours) et des dizaines de millions de dommages. L'épisode dramatique suscita la solidarité de la communauté internationale mais aussi l'indignation. Les causes de la catastrophe renvoyaient ainsi à l'augmentation de la densité des constructions et à la carence des contrôles en matière environnementale.
- 43 La tendance des mouvements touristiques semble suggérer que les conséquences négatives de ces événements ne se répercutent pas uniquement à court terme. Ceci révèle donc les faiblesses de fond d'un système touristique local fragilisé depuis longtemps.
- 44 Les chiffres des flux touristiques illustrent une décroissante particulièrement marquée de la fréquentation en 2012 (-5,84%); notons toutefois qu'avant la baisse constatée de 7,99% de la fréquentation entre 2011 et 2012, le nombre des touristes était déjà stagnant depuis 2009 (fig. 1-2). Au niveau territorial, c'est le village de Monterosso, où d'ailleurs se concentrent la plupart des structures d'accueil, qui a le plus souffert de la diminution de cette présence touristique. Si on analyse les données ventilées selon la nationalité des touristes, il faut noter la fréquentation des italiens a été constante entre 2009 et 2011 pour ensuite accuser une chute soudaine en 2012 ; en ce qui

concerne les touristes étrangers, la baisse de 2012 a été précédée de quatre ans de croissance (fig. 3-4).

- 45 L'offre touristique se caractérise actuellement par une prévalence du secteur hôtelier (environ 37% des lits disponibles, les structures sont majoritairement classées en 3 étoiles), suivi par les chambres d'hôtes (30%) et les meublés de tourisme (20%) (Tableau 2). La plupart des nuitées dans le secteur hôtelier ont été enregistrés à Monterosso, celles concernant les structures extra-hôtelières sont plutôt sur Riomaggiore. (Fig. 5-6).

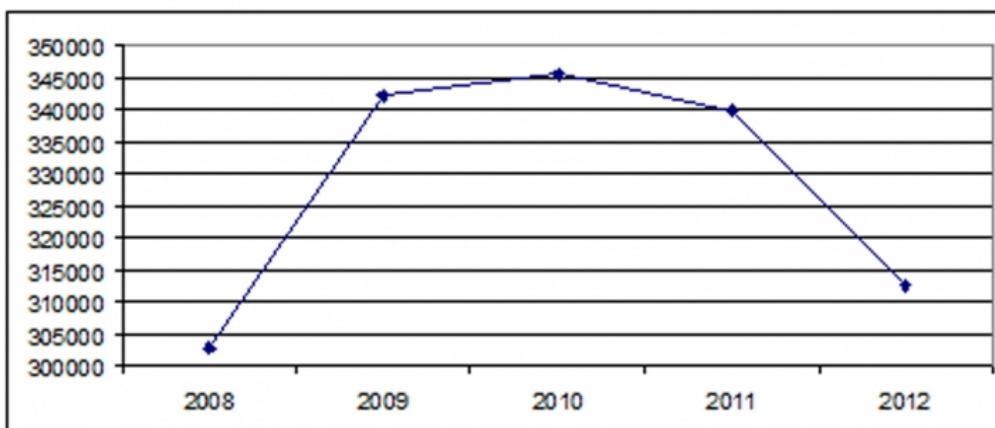
**Figura 1 Andamento negli arrivi totali nei comuni delle Cinque Terre (2008-2012)**



Fonte: dati Provincia della Spezia

Figure 1 – Évolution des arrivées touristiques aux Cinque Terre (2008-2012). Source: données fournis par la Province de La Spezia.

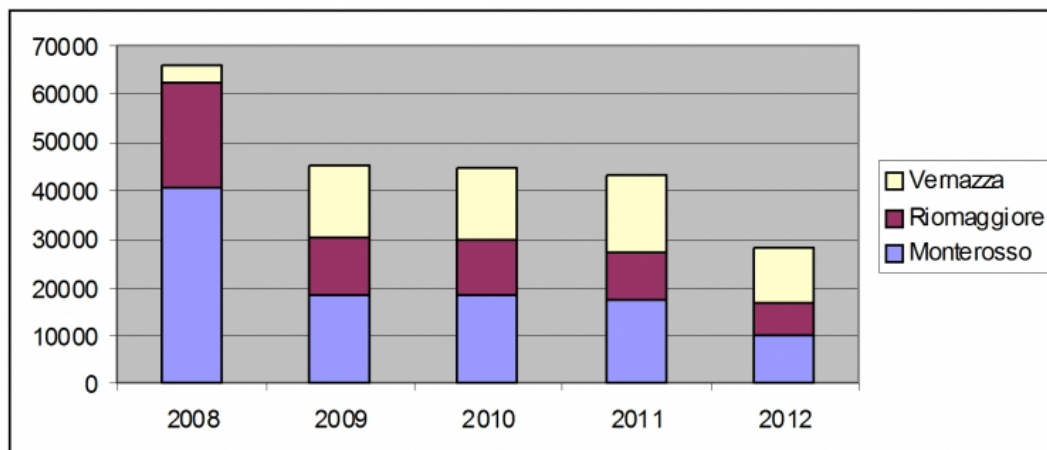
**Figura 1 Andamento delle presenze totali nei comuni delle Cinque Terre (2008-2012)**



Fonte: dati Provincia della Spezia

Figure 2 – Évolution de la présence touristique dans les Cinque Terre (2008-2012). Source: données fournis par la Province de La Spezia.

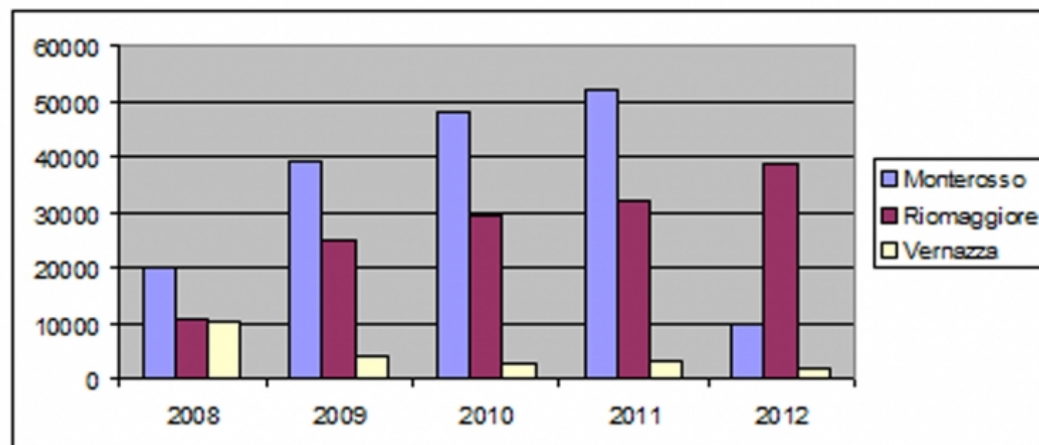
Figura 1 Andamento degli arrivi di nazionalità italiana suddivisi per comune (2008-2009)



Fonte: dati Provincia della Spezia

Figure 3 – Évolution des arrivées de touristes italiens ventilées par localité (2008-2009). Source: données fournis par la Province de La Spezia.

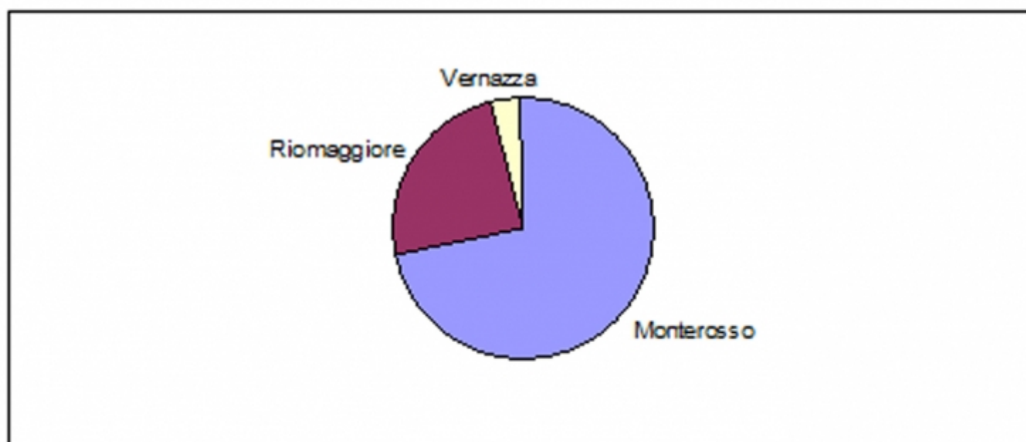
Figura 1 Andamento degli arrivi di nazionalità straniera suddivisi per comune (2008-2009)



Fonte: dati Provincia della Spezia

Figure 4 – Évolution des arrivées de touristes étrangers ventilées par localité (2008-2009). Source: données fournis par la Province de La Spezia.

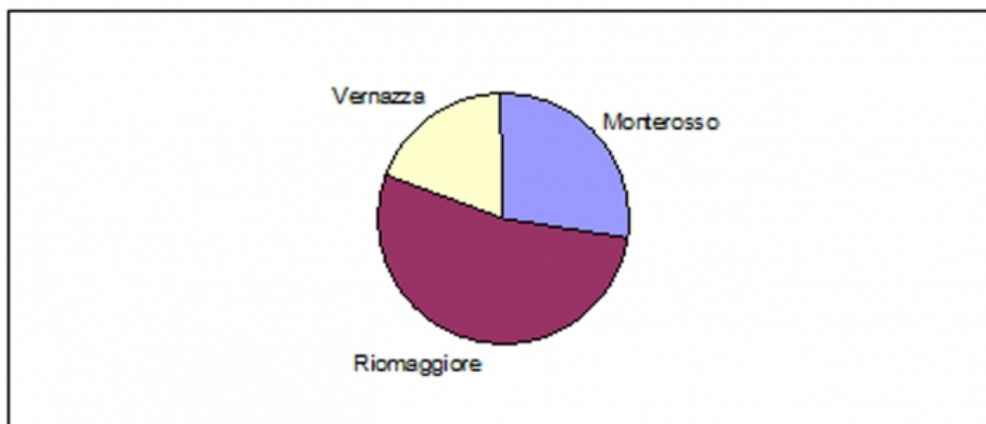
Figura 1 Arrivi nel settore alberghiero nei comuni delle Cinque Terre (anno 2012)



Fonte: dati Provincia della Spezia

Figure 5 – Arrivées dans le secteur hôtelier dans les Cinque Terre (2012). Source: données fournis par la Province de La Spezia.

Figura 1 Arrivi nel settore extra-alberghiero nei comuni delle Cinque Terre (anno 2012)



Fonte: dati Provincia della Spezia

Figure 6 – Arrivées dans le secteur extra-hôtelier dans les Cinque Terre (2012). Source: données fournis par la Province de La Spezia.

Tabella 1 Capacità ricettiva nei Comuni delle Cinque Terre per tipologia al 31/12/2012 (posti letto)

	Affittacamere	Agriturismo	Alberghi				Tot. Alberghi	B&B	Case per ferie	Locande	Ostelli
			1 stella	2 stelle	3 stelle	4 stelle					
Monterosso	246	32	58	70	626	175	929	52	88	11	0
Riomaggiore	346	0	17	46	97	0	160	18	445	63	69
Vernazza	352	45	59	22	0	0	81	69	118	0	24
<b>Totale</b>	<b>944</b>	<b>77</b>	<b>134</b>	<b>138</b>	<b>723</b>	<b>175</b>	<b>1170</b>	<b>139</b>	<b>651</b>	<b>74</b>	<b>93</b>

Fonte: dati Provincia della Spezia

Tableau 2 – Capacité d'accueil des localités des Cinque Terre au 31/12/2012 (nombre de lits). Source: données fournis par la Province de La Spezia.

## Paysage et tourisme dans les Cinque Terre : vers un avenir entre opportunités et défis

- 46 L'analyse développée ci-dessous suggère plusieurs éléments de réflexion qui méritent sans doute une étude plus approfondie ; nous proposerons ici des questionnements que nous reprendrons dans des travaux futurs.
- 47 Tout d'abord, il faut s'interroger sur le modèle de développement touristique adopté dans les Cinque Terre et voir s'il reflète les caractéristiques du « *wine tourism* » (œnotourisme) qui émergent dans la définition suivante de Hall et Macionis : « *visitation to vineyards, wineries, wine festivals and wine shows for which grape wine tasting and/or experiencing the attributes of the grape wine region are the prime motivating factors for visitors* »<sup>16</sup>.
- 48 Bien que le paysage viticole traditionnel constitue le principal élément d'attractivité et d'identification de ce territoire, le développement du secteur hôtelier ainsi que la physionomie actuelle du système touristique local ne représentent que dans une faible mesure les caractéristiques typiques de l'œnotourisme. L'offre touristique ne repose pas sur la visite des vignobles et des caves, voire sur la dégustation des vins, mais plutôt sur la préservation d'un paysage unique constitué par les pentes en terrasses, espace dont la productivité agricole a été considérablement réduite au cours des dernières années, tout comme l'environnement marin et le patrimoine historique bâti.
- 49 Le modèle touristique prédominant dans la région reflète essentiellement des éléments spécifiques du tourisme vert et il se positionne dans les segments du marché du tourisme « *di fatica* » (de fatigue). Cette forme de tourisme comprend en particulier la randonnée pédestre dans des milieux naturels ou caractérisés par la présence de formes de civilisation rurale "archaïque" (penser à l'importance du réseau de sentiers).



- 50 Pour ce qui concerne le Sciacchetra DOC, même si on peut le trouver dans presque toutes les entreprises commerciales et de restauration de la zone, l'analyse de la communication touristique proposée par les associations et les autorités locales, comparée au feedback reçu sur les principaux réseaux sociaux (notamment le portail Tripadvisor), indique que la valorisation des parcours de visite et de dégustation reste encore insuffisante.
- 51 On pourrait donc envisager la réalisation d'un parcours unitaire qui relie le réseau de sentiers, les routes locales et les villages, à l'exemple du modèle de la « Route du Vin »<sup>17</sup>, en impliquant les opérateurs des secteurs de l'hôtellerie et de la restauration, bars à vin et entreprises commerciales.
- 52 Il ne faut cependant pas oublier que l'œnotourisme est une expérience complexe qui permet l'accès à une pluralité d'activités et qui touche plusieurs milieux : culturel, émotionnel, éducatif. On peut citer, à titre d'exemple, les dégustations et les visites de caves et de bars à vins, la participation aux festivals et aux événements culturels, l'adhésion à des initiatives d'amusement éducatif<sup>18</sup>.
- 53 Selon des recherches récentes sur les préférences de la demande touristique concernant l'œnotourisme, les destinations préférées sont celles qui offrent une variété d'attracteurs d'intérêt culturel ou liés aux activités en plein air, notamment dans le cas des touristes les plus motivés, ceux disponibles pour de longs déplacements<sup>19</sup>. Cela explique la fréquente association entre l'œnotourisme et d'autres formes de séjour, comme le tourisme rural, le tourisme éco-culturel et le tourisme d'aventure<sup>20</sup>.
- 54 Dans ce cadre, la connotation culturelle reconnue par l'Unesco au paysage des Cinque Terre et la présence d'un patrimoine historico-environnemental diversifié, ont contribué considérablement au succès de la destination. Par ailleurs, le renforcement de ces facteurs, qui s'est forgé selon des critères de durabilité imposés par la présence d'un parc national, a apporté une contribution essentielle au maintien des équilibres traditionnels entre l'homme et l'environnement : « *The result is an interdependence between tourism and cultural landscape, or rather the Cinque Terre as a whole. The national park with its attractive cultural landscape represents the tourist attraction, and tourism in turn contributes to maintain the landscape. Finally, in*

*the Cinque Terre national Park tourism does not endanger the local cultural heritage, but supports its preservation* »<sup>21</sup>.

- 55 La consolidation future du système touristique local sera donc confrontée à la demande croissante d'une implication émotionnelle avancée par les visiteurs. Dans le cadre de l'offre touristique, il faudra donc envisager une expérience directe de la civilisation traditionnelle des Cinque Terre, à commencer par le paysage viticole en terrasses, lieu conçu comme son propre miroir : « *the aesthetic components, such as landscape, access to and information about the wine are success factors of high relevance in staging experiences. These results underline the existing potential to create experiences in wine tourism in creating an ideal atmosphere, attracting tourists to experience the wine and the wine making process* »<sup>22</sup>.
- 56 Dans le même temps, il paraît indispensable de procéder à l'intégration des biens historico-culturels (les villages, le patrimoine architectural) et des biens environnementaux dans une catégorie unique de "lieux du vin" qui comprenne une pluralité d'éléments attractifs (vignobles, caves, bars à vin, réseau de sentiers, etc.).
- 57 Cependant, une telle approche suggère d'expérimenter la mise en place de réseaux touristiques entre les Cinque Terre et d'autres zones voisines (par exemple les systèmes touristiques locaux du Golfo dei Poeti ou du Val di Vara) ou des territoires qui partagent les mêmes caractéristiques thématiques, jusqu'à considérer un lien éventuel avec les zones viticoles des régions limitrophes.
- 58 Sur la base de ces prémisses, il est toujours plus nécessaire de se positionner avec soin sur de l'évènementiel lié à la viticulture traditionnelle. Il faut dès lors évaluer l'impact de ces manifestations, non seulement en fonction des flux qu'elles génèrent pendant leur déroulement, mais aussi en prenant en compte leurs capacités de fidéliser la clientèle, de consolider le tourisme de proximité, ainsi que l'image de la destination touristique<sup>23</sup>.
- 59 Au cours des dernières années, une véritable marque Cinque Terre s'est développée. Elle ne s'identifie pas simplement au label de qualité attribué par le Parc aux structures hôtelières et restaurant, mais elle comprend aussi un « *country of origin brand* » utilisé par plusieurs acteurs (coopératives pour la production de produits typiques, indus-

tries pharmaceutiques qui utilisent l'eau de la mer prélevée en proximité de villages, etc.).

- 60 La gestion de ce patrimoine matériel et immatériel implique autant la consolidation d'un réseau entre les parties prenantes que la présence d'un sujet unificateur capable de coordonner les initiatives liées à la valorisation touristique et d'assurer la compatibilité et la complémentarité entre les activités de promotion et de conservation.
- 61 En ce qui concerne le premier point, et donc la mise en place d'un réseau entre les acteurs locaux, notons que la forme coopérative, qui a été prédominante dès les premiers stades du développement touristique des Cinque Terre, a offert des opportunités intéressantes de partage des investissements et à eu beaucoup d'effets positifs ; néanmoins, comme cela s'est produit dans d'autres zones similaires<sup>24</sup>, l'arrivée d'événements imprévus a mis l'accent sur les lacunes en matière d'organisation et de gestion du réseau de relations entre les parties prenantes impliquées dans le développement du tourisme. Nous faisons référence, en particulier, à la transparence des processus décisionnels et à la gestion des ressources économiques.
- 62 La création éventuelle d'un consortium entre les producteurs vini- coles, dont on a parlé beaucoup au cours des dernières années, pourrait être une solution efficace dans la mesure où elle serait accompagnée d'une campagne de communication mettant en exergue les avantages de cette initiative auprès des agriculteurs locaux.
- 63 Pour la coordination du système touristique local, nous estimons que nous ne pouvons pas faire abstraction du rôle joué par le Parc national comme centre de coordination, d'encouragement et de soutien (même économique) aux initiatives locales.
- 64 Reste que la complexité des demandes exprimées par les touristes et la fragilité des équilibres environnementaux imposent une réflexion sur les tâches qui attendent le Parc.
- 65 Durant les dernières décennies, les charges du Parc ont été étendues au-delà de la mission originelle de protection et de conservation de l'environnement. Maintenant, le Parc exerce la presque totalité des tâches d'une agence de tourisme moderne en gérant, à travers des coopératives les services d'accueil (il fournit d'ailleurs de prestations du tourisme outgoing à travers une agence de voyages), l'accès au ré-

seau des sentiers et aux lieux touristiques de la région, les productions œnologiques et gastronomiques typiques, etc.

- 66 Cette approche, jugée favorablement par le passé, sachant qu'elle a assuré la cohérence des politiques touristiques locales, a toutefois soulevé aussi des problèmes de fond. Il faut d'abord rappeler que le Parc n'a pas joué correctement son rôle de chambre de compensation entre les diverses exigences des acteurs locaux, comme l'affaire des abus et des pratiques de corruption l'a bien démontré.
- 67 En outre, les activités touristiques promotionnelles ont absorbé la plupart des ressources du Parc, en reléguant au second plan la mission originelle de protection du patrimoine environnemental. En témoignent d'ailleurs la diminution constante des surfaces cultivées de manière traditionnelle.
- 68 La cohérence et la durabilité de la planification dans le cadre de la gestion du territoire et de la promotion touristique ont été compromises par l'insuffisance et/ou l'absence d'instruments de gestion et de planification de base, parmi lesquels le « *Piano del Parco* » (le Plan du Parc, constitue l'instrument principal de gestion du parc. Il comprend les lignes guide, les règlements, les objectifs de protection et valorisation, etc.), encore en cours d'élaboration.
- 69 Nous pensons que la gestion du territoire doit être cohérente et coordonnée afin de satisfaire les besoins locaux et les attentes des visiteurs temporaires ; toutefois, il convient d'éviter tout recoupement entre les divers aspects de gestion (environnementaux et sociaux), même s'ils concourent ensemble à des objectifs communs de cohésion sociale, environnementale et économique.
- 70 À notre avis, parmi les priorités qui touchent la gestion du paysage des Cinque Terre, il faut inclure l'analyse et la surveillance du paysage à long terme, conformément à certaines initiatives en cours de planification.
- 71 Néanmoins, le succès de certaines initiatives n'épuise pas la complexité d'un objectif de développement plus vaste qui comprend aussi le renforcement de la marque Cinque Terre. Il s'agit ainsi de préfigurer la croissance durable des communautés locales et la conservation des caractères traditionnels de l'environnement et du paysage.

- 72 En effet, les Cinque Terre ne constituent pas seulement un produit, mais elles sont surtout des villages vivants, malgré la prédominance d'une population de passage composée par des touristes. L'agriculture traditionnelle, dont la crise a stimulé la recherche de nouvelles opportunités dans le domaine du tourisme<sup>25</sup>, représente aujourd'hui un rempart essentiel pour la défense de l'unité territoriale.
- 73 Le scénario le plus récent montre des signes positifs de reprise : en décembre 2013, les ventes de la carte de services « *Cinque Terre card* », qui permet d'accéder au réseau de sentiers et aux nombreux services fournis par le parc, ont augmentées de 20% par rapport au mois précédent, et ce, malgré des conditions météorologiques défavorables<sup>26</sup>.
- 74 Nous souhaitons donc que, dans l'avenir, les Cinque Terre surmontent définitivement les crises rencontrées au cours des dernières années, en offrant aux générations futures un paysage agricole traditionnel capable de garantir, non seulement des revenus économiques, mais, plus généralement, une qualité de vie élevée à la fois pour les résidents et pour les visiteurs.

---

1 Le nom Cinque Terre est attesté depuis 1448 (QUAINI Massimo, *La conoscenza del territorio ligure fra Medioevo ed età moderna*, Genova, Sagep, 1981). À l'exclusion de Corniglia qui est situé au sommet d'un promontoire surplombant la mer, les quatre autres villages descendent directement sur le rivage.

2 GETZ Donald, *Explore Wine Tourism: Management, Development and Destinations*, New York, Cognizant, 2000; SOMMERS Brian J., *The geography of wine: How landscapes, cultures, terroir, and the weather make a good drop*, New York, Penguin, 2008; GROCE Erica, PERRI Giovanni, *Food & Wine Tourism: Integrating Food, Travel and Tourism*, Oxfordshire, CABI, 2010.

3 GERA Francesco Agostino, *Nuovo dizionario universale e ragionato*, vol. XXIV, Venezia, Ed. Giuseppe Antonelli, 1845, pp. 802-803. Traduction non littérale: Les Cinque Terre se trouvent le long de la Riviera de Gênes, après les falaises de Portovenere, très proche du célèbre Golfe de La Spezia. Aux yeux d'un touriste indifférent au paysage local, la côte semble stérile ou sauvage; toutefois, si le même touriste réussit à l'observer avec plus d'atten-

tion, il découvrira la merveille de l'ouvrage des hommes qui, depuis l'Antiquité, ont rendu fertiles ces pentes escarpées avec la mise en culture de milliers de vignes et d'oliviers.

4 DREYER Axel, MULLER Juliane, "Opportunities of cooperative marketing using the example of the wine region Saale-Unstrut", in Katia Laura SIDALI et al. (dir.), *Food, Agri-Culture and Tourism. Linking local gastronomy and rural tourism: interdisciplinary perspectives*, Berlino, Springer-Verlag, 2011, p. 104.

5 La reconstruction de l'évolution historique du paysage des Cinque Terre dépasse les objectifs de cet article ; nous renvoyons donc à : SALVATORI Enrica, CASAVECCHIA Attilio, *Storia di un paesaggio*, Riomaggiore, Parco nazionale delle Cinque Terre, 2001; STORTI Maristella, *Il paesaggio storico delle Cinque Terre. Individuazione di regole per azioni di progetto condivise*, Firenze, Firenze University Press, 2005.

6 BLANCHI Roberta, BOLGIANI Pierluigi, CECCARELLI Michele, VIRGILIO Daniele, "Uno scenario progettuale per la riqualificazione paesistico ambientale degli ecosistemi dell'insediamento rurale delle Cinque Terre", in Alberto MAGNAGHI (dir.), *Scenari strategici. Visioni identitarie per il progetto di territorio*, Firenze, Alinea Editrice, 2007, p. 327.

7 STORTI Maristella, "Paesaggi d'eccezione, paesaggi del quotidiano. I casi di Cinque Terre, Saint-Émilion, Tokaj" in *Ri-Vista ricerche per la progettazione del paesaggio*, gennaio-giugno 2012, p. 141.

8 Cahier des charges consultable dans le site de la Chambre de Commerce de La Spezia : [www.sp.camcom.it/vad\\_AGR/AGRdiscdoc5terre.htm](http://www.sp.camcom.it/vad_AGR/AGRdiscdoc5terre.htm) (dernière consultation le 16 janvier 2014).

9 ROSSI Luisa, "Il parco delle Cinque Terre: dibattito istituzionale e sociale" in *Rivista geografica italiana*, vol. 108, n. 2, 2001, pp. 247-266.

10 Van der Yeught Corinne, "Favoriser l'émergence d'un acteur stratégique dans les destinations touristiques pour répondre aux défis du développement durable" en *Management & Avenir, cahier spécial "Développement durable et prospective"*, vol. 6, n. 26/2009, pp. 300-317.

11 Informations trouvées sur le site de l'A.T.I. Cinque Terre : [www.ati5terre.it](http://www.ati5terre.it) (dernière consultation le 16 janvier 2014).

12 DSA, Dipartimento di Scienze dell'Architettura e DISEG – Dipartimento di Ingegneria strutturale e geotecnica.

13 *Pianificazione e Recupero delle Opere di Sistemazione del Territorio costiero delle Cinque Terre* (cfr. VIRGILIO Daniele, IMBESI Angela, "Parco nazio-

nale delle Cinque Terre”, in Ignazio VINCI (dir.), *Piani e politiche territoriali in aree di parco. Cinque modelli di innovazione a confronto*, Milano, Franco Angeli, 2007, pp. 25-52).

14 PITTALUGA Paola, “Landscape as a 'Common': Collective Protection and Management”, in Silvia SERRELI (dir.), *City Project and Public Space*, Berlino, Springer, p. 187.

15 VAN DER YEUGHT Corinne, “Dynamique des compétences et creation d'un cluster 'Tourisme Durable’: le cas des Cinq Terres (Italie)”, revue de la SEECI, n. 22/2010, p. 103.

16 HALL Michael C., MACIONIS Niki, “Wine tourism in Australia and New Zealand”, in Richard W. BUTLER et al. (dir.), *Tourism and Recreation en Rural Areas*, Sydney, John Wiley and Sons, 1998, p. 197.

17 On entend par « route du vin » (wine route) « a tourist route that connects several wine estates and wineries in a given area (...). This route is characterized by natural attractions (mountains and other scenery), physical attractions (facilities such as wineries on wine estates), vineyards, and roads and markers (signposts) directing the tourist to the individual wine route estate enterprises » BRUWER Johan, “South African wine routes: some perspectives on the wine tourism industry’s structural dimensions and wine tourism product”, *Tourism Management*, n. 24/2003, p. 424.

18 “The wine tourism experience can therefore be provided for in a number of ways, the most notable being events and festivals, cultural heritage, dining, hospitality, education, tasting and cellar door sales, and winery tours” CHARTERS Steve, ALI-KNIGHT Jane, “Who is the wine tourist?”, *Tourism Management*, n. 23/2002, p. 312.

19 GETZ Donald, BROWN Graham, “Critical success factors for wine tourism regions: a demand analysis”, *Tourism Management*, n. 27/2006, pp. 146-158.

20 GETZ Donald, BROWN Graham, “Critical success factors for wine tourism regions: a demand analysis”, *Tourism Management*, n. 27/2006, p. 318.

21 KAH Stefan, “Preserving the man made environment: a case study of the Cinque Terre National Park, Italy”, en Ingo MOSE (rapport de), *Protected Areas and Regional Development in Europe: Towards a New Model for the 21st Century*, Aldershot, Ashgate, p. 137.

22 ORSOLINI Noelene, BOKSBERGER Philipp, “Wine and Tourism - How can a tourist experience be created?”, article présenté au quatrième Interdisciplinary and International Wine Conference “Bacchus goes Green” (Dijon, 8-10

juillet 2009), p. 12, disponible sur [www.bacchuswineconference.eu](http://www.bacchuswineconference.eu) (dernière consultation le 16 janvier 2014); sur la nature de l'expérience œnotouristique voir aussi: Birgit Pikkemaata Mike Peters, Boksberger Philip, Secco Manuela, "The Staging of Experiences in Wine Tourism" in *Journal of Hospitality Marketing & Management*, vol. 18, 2-3/2009, pp. 237-253.

23 Mason Michela C., Paggiaro Adriano, "Investigating the role of festivalscape in culinary tourism: The case of food and wine events", *Tourism Management*, n. 33/2012, pp. 1329-1336.

24 Williams Peter W., Graham Karen, Mathias Louella, "Land use policy and wine tourism development in North America's Pacific Northwest", en John Carlsen, Stephen Charters, *Global wine tourism: research, management and marketing*, Cambridge, M.A., Cabi, 2006, pp. 27-46.

25 Randelli Filippo, Romei Patrizia, Tortora Marco, "An evolutionary approach to the study of rural tourism: The case of Tuscany" in *Land Use Policy*, n. 38/2014, pp. 276-281.

26 S.A., "Turismo alle Cinque Terre, un dicembre coi fiocchi", article publié en ligne dans la revue *Città de La Spezia* le 7 janvier 2014, consultable au [citta-dellaspezia.com](http://citta-dellaspezia.com) (dernière consultation le 16 janvier 2014).

---

## Français

Le nom de *Cinque Terre* désigne une partie de la côte orientale de la Ligurie, qui correspond aux cinq villages de Riomaggiore, Manarola, Corniglia, Vernazza, et Monterosso al Mare. Ces localités de la *Riviera* sont devenues pendant l'après-guerre l'une des destinations touristiques les plus populaires d'Italie.

Le paysage, est caractérisé d'une part, par des terrasses artificielles appuyées sur des versants escarpés et accidentés plongeant dans la mer et d'autre part, par l'architecture typique de ces cinq villages serrés entre les pentes des collines et la ligne de côte, principale attraction de la région.

La notoriété de cette destination est aussi liée à une célèbre production viticole, le Sciachetrà DOC, un vin liquoreux (*passito*) très réputé depuis la fin du XIXe siècle. Le Sciachetrà a obtenu l'appellation DOC en 1973. Aujourd'hui, il s'exporte partout dans le monde et il figure parmi les éléments constitutifs de l'offre touristique locale, qui propose des parcours de dégustation, des manifestations œnologiques et gastronomiques, un calendrier d'événements internationaux, parmi lesquels on peut citer le festival « *Re Sciacchetrà – festival del passito delle Cinque Terre* » (Roi Sciacchetrà – festival du vin passito des Cinque Terre).



Cet article vise à appréhender le rôle joué par la viticulture dans le succès touristique des Cinque Terre. L'analyse sera menée à partir des contenus de l'offre actuelle qui est directement reliée au paysage et à la culture du vin.

On portera une attention particulière à la production de Sciacchetra DOC afin d'évaluer le rapport existant entre sa consommation et le développement touristique du territoire.

Les sources utilisées pour reconstruire l'histoire du lien entre la viticulture, la conservation du paysage et le développement du tourisme dans la région des Cinque Terre, concernent essentiellement : une bibliographie thématique, la presse spécialisée, du matériel d'information (brochures, guides) et la documentation fournie par les institutions impliquées dans le secteur touristique (les Collectivités Territoriales, le Parc National des Cinque Terre) ; pour l'étude de l'œnotourisme contemporain nous utiliserons aussi des informations publiées sur le web, à partir de la consultation des réseaux sociaux dédiés à l'organisation de voyages et des portails thématiques qui visent à promouvoir ce territoire.

---

**Elisa Tizzoni**

Università degli Studi di Firenze

[eli\\_tiz@yahoo.it](mailto:eli_tiz@yahoo.it)