

LES ROUTES DES VINS EN SICILE: UNE ANALYSE DE LA RÉALITÉ ACTUELLE

Introduction

Depuis quelques années, une nouvelle forme de tourisme est en train de se développer : l'*oenotourisme*, c'est-à-dire un tourisme lié au vin. Il s'agit d'une nouvelle manière de passer des vacances, mais c'est aussi la manifestation d'un intérêt croissant pour les territoires, leurs traditions, leurs produits du terroir, la beauté de leurs paysages naturels, leurs patrimoines culturels et historiques.

Plusieurs initiatives témoignent de cet intérêt particulier pour le vin, et certaines sont connues sous le nom de "*Routes des vins*". Coordonnées par un Comité de promotion et de gestion, ces dernières sont (ou devraient être) des itinéraires caractérisés par la présence d'entreprises viticoles ou de caves ouvertes aux visiteurs, de lieux intéressants du point de vue culturel et naturaliste, de restaurants traditionnels, de structures d'accueils pour les touristes, etc.

On peut considérer que l'intérêt suscité ces dernières années dans notre pays par les "Routes des vins" et par l'oenotourisme en général, est lié à la nouvelle tendance du tourisme culturel qui consiste à associer un moment de détente comme les vacances à une réconciliation intime avec la nature, et à la découverte des traditions de la région qu'on visite.

Le tourisme rural et l'*agritourisme* ont joué un rôle important dans l'évolution de ce phénomène, car ils ont attiré l'attention et éveillé la curiosité de ceux qui aiment approfondir la connaissance d'un territoire, entrer intimement en contact avec lui, reparcourir son histoire, découvrir sa culture et déguster ses produits du terroir.

Ces observations, que l'on peut également faire en Sicile, nous ont amenés à effectuer une enquête sur la situation dans cette région afin de déterminer les caractéristiques fondamentales de ce phénomène au niveau local. Ce texte en constitue la première partie.

Dans la région, l'Institut Régional de la Vigne et du Vin a répertorié 7 itinéraires (Routes des vins); il fournit le nom, l'adresse et les coordonnées des entreprises et des caves qui en font partie, soit un total de 81 unités.

Les "Routes des vins" sont:

- La route du vin d'Alcamo DOC, avec 9 entreprises.
- La route du Marsala et du Muscat de Pantelleria, avec 28 entreprises.
- La route de l'Insolia, avec 13 entreprises.
- La route du Noir d'Avola et du Cerasuolo de Vittoria, 17 entreprises.
- La route du Muscat de Noto et du Muscat de Syracuse, 3 entreprises.
- La route du vin de l'Etna, avec 6 entreprises.
- La route du Malvasia des Iles Eoliennes, avec 5 entreprises.

Un examen préliminaire de la situation actuelle a mis en évidence dans la plupart des cas une modeste participation de la part des entreprises concernées et un effort important fourni par l'Institut de la Vigne et du Vin au niveau de l'action promotionnelle.

¹ Ida Agosta - Institut National d'Economie Agricole
Stefania Chironi - Département ESAF- Université de Palerme

1 Les routes des vins: aspects de la situation en Italie

1.1 La base législative

En Italie, la loi qui réglemente les “Routes des vins” n’a été promulguée que récemment (L.286 du 9/8/99), dans l’intention déclarée de protéger et de valoriser les territoires vinicoles, avec leurs produits spécifiques en les faisant connaître sous forme de proposition touristique.

Comme dans le cas de l’agritourisme, l’objectif est de participer à la sauvegarde de l’environnement et des traditions rurales, tout en éduquant à une consommation correcte du vin et en essayant d’améliorer la réputation et l’image de cette boisson.

Pour résumer les principaux points de la Loi, on voit qu’au début (art.1), les objectifs sont énoncés et en premier lieu *“la valorisation des territoires à vocation viticole, en particulier les lieux de productions dont la qualité est conforme à la L. 10.2.92 n.164”*².

Toujours dans l’art. 1, on trouve la définition suivante *“les Routes des vins sont des parcours balisés avec une signalisation spécifique qui indique des endroits ayant un intérêt naturel ou culturel, des vignobles et des caves appartenant à des entreprises individuelles ou collectives ouverts au public; elles constituent un instrument permettant aux territoires vinicoles et à leurs produits d’être connus, commercialisés et de constituer une attraction touristique”*.

Le rapport entre les “Routes des vins” et l’agritourisme est souligné à l’alinéa 3, qui précise que les activités d’accueil et d’hébergement, la dégustation des produits du terroir, l’organisation d’activités éducatives, ludiques et culturelles, réalisées dans le cadre de la Route des vins, sont considérées comme des activités agritouristiques au sens de l’article 2 de la Loi 5/12/85 n.237³.

On trouve ensuite (art.2) une liste de certains instruments pouvant être prévus: le cahier de charges signé par les différents sujets intéressés, les comités de promotion et de gestion, le système de la signalisation⁴, les guides avec des fiches techniques et des illustrations, le matériel promotionnel.

Enfin, l’article 5 précise que les dispositions de la loi *“s’appliquent également à la construction ou l’entretien de routes utiles à la valorisation d’autres productions de qualité dans la même région, en particulier l’huile d’olive et les produits du terroir”*.

On peut considérer que les points les plus importants et significatifs de la Loi sont les suivants:

- 1) le concept de valorisation des territoires à vocation agricole,
- 2) la reconnaissance des “Routes des vins” comme des parcours avec des visites de vignobles et de caves, mais qui doivent également présenter un intérêt du point de vue naturaliste et culturel.
- 3) l’affirmation des rapports entre les Routes des vins et l’agritourisme.
- 4) la possibilité de participer à la valorisation d’autres produits agro-alimentaires, en particulier de l’huile.

² Cette loi détermine les critères requis pour que le vin obtienne l’appellation DOC.

³ Cette loi définit les normes du cahier de charges et des conditions que les entreprises doivent remplir pour offrir des services agritouristiques.

⁴ En particulier à l’article 3, spécifiant que les caractéristiques des panneaux sont définies par les normes des dispositions du Code de la route.

Certaines régions italiennes avaient précédé les dispositions nationales, avec des initiatives législatives antérieures, en particulier le Piémont et la Toscane.

Dans la réalisation des Routes des vins, cette dernière région a toujours joué un rôle de leader, avec son grand nombre de routes, actives et bien organisées depuis longtemps, aussi bien pour l'insertion des parcours dans la réalité territoriale que pour la qualité des services offerts.

On considère que la loi nationale s'inspire de la loi régionale toscane (n. 69 du 13/08/1996) et que les autres régions sont en train de s'en inspirer.

L'article 1 de la loi précise les finalités "*La région toscane gère et discipline la réalisation des Routes des vins dans le cadre des politiques de développement rural ayant pour but de valoriser et de promouvoir les territoires à forte vocation viticole, avec une attention particulière pour les lieux de production de qualité...*".

Le règlement prévu par la loi indique les caractéristiques que doivent avoir les entreprises pour adhérer à la *Route des vins*:

- . être situées à l'intérieur de la zone de production;
- . être identifiées par la signalisation officielle de la *Route*;
- . disposer d'espaces équipés à proximité pour permettre le stationnement des visiteurs;
- . disposer de la signalisation à l'entrée, précisant le nom, le numéro de téléphone, les horaires d'ouverture de l'entreprise et les langues parlées;
- . posséder un point accueil pour informer les visiteurs sur les endroits où ils peuvent manger et dormir;
- . posséder un cadre adapté à l'accueil de visiteurs;
- . exposer d'une manière claire et sans ambiguïté les prix de vente de leurs produits;
- . avoir un niveau minimum de qualité pour qu'une entreprise viticole puisse en faire partie;
- . avoir les caractéristiques correspondant à l'image des Routes des vins;
- . signer le cahier de charges prévu pour la gestion de la *Route*;
- . les paramètres pour la réalisation des Musées de la vigne et du vin de Toscane.

Pour souligner l'attention portée au choix des entreprises qui font partie d'une Route des vins, le texte précise que les candidatures sont examinées par le Comité de promotion, qui devient en cas d'acceptation, Comité responsable⁵.

Celui-ci se charge ensuite de la réalisation de la Route et des problèmes liés à sa gestion, comme les rapports avec les Autorités locales, la diffusion des informations sur les entreprises et leur promotion, du contrôle que les sujets ayant adhéré respectent bien le cahier de charges. En outre, il peut également gérer un Musée du vin, présenter une demande de subvention et recevoir des adhésions de sujets intéressés.

1.2 Rapports entre les Routes des vins et d'autres initiatives

D'autres initiatives, liées à l'oenologie, à la gastronomie ou au tourisme, contribuent également à attirer les visiteurs sur les lieux de production viticole. Par exemple, l'*Association Nationale des Cités du Vin*, instituée à Sienne en mars 1987, qui joua un rôle de précurseur, se définit comme "*un organisme technique ayant pour but de soutenir l'activité des communes, la promotion et le développement des territoires à vocation viticole*"⁶. Elle peut en effet être

⁵ Les fonctions et les caractéristiques de ce Comité sont spécifiées en détails sous le titre III du Règlement, aux articles 12 et 13.

⁶ L'association s'est dotée d'un code de comportement et a mis en place un "plan régulateur des villes du vin" qui établit des lignes méthodologiques pour la valorisation des entreprises viticoles produisant des vins de qualité.

mandatée par les communes ou d'autres institutions territoriales pour participer à la réalisation et la gestion des Routes des vins.

En outre, cette Association organise depuis quelques années la manifestation "Calici di stelle" (Calices d'étoiles): une fête qui a lieu le 10 août sur les places et dans le centre historique de plusieurs villes.

Cette manifestation a pour objectif de faire déguster des vins de qualité, des spécialités locales et des produits du terroir dans un contexte de fête et de spectacles. Elle a lieu le même jour dans plusieurs villes italiennes et s'adresse à tous les amateurs de vins ainsi qu'aux touristes venus visiter les villes d'art ayant également envie de connaître les vins et les produits de la région.

Depuis 1999, elle a acquis un caractère européen, en s'associant avec des villes portugaises, espagnoles, françaises, autrichiennes et grecques, c'est-à-dire de pays faisant partie comme l'Italie de "Recevin", le réseau européen des villes du vin.

En 1993, naît également le "Mouvement du tourisme du vin"⁷, qui réunit des producteurs, des journalistes, des agences de voyages, des gérants d'oenothèques et de restaurants. Il a pour objectif d'augmenter le nombre de visiteurs dans les lieux de production viticole. On lui doit la manifestation "Caves Ouvertes" (Cantine Aperte) qui a lieu depuis plusieurs années le dernier week end du mois de mai.

Ce jour-là toutes les caves qui adhèrent à la manifestation ouvrent leurs portes, proposant des visites guidées et des dégustations de vins.

"Caves ouvertes" semble donc être fondamentalement une initiative pour valoriser l'oenotourisme, en offrant la possibilité de visiter les lieux de production du vin de toute l'Italie, de voir des bouteilles "historiques", de déguster des crus et de goûter aux produits du terroir, de recevoir une documentation illustrée sur le territoire, d'acheter des bouteilles particulières.

Rappelons qu'en Sicile, région de grande tradition viticole, seules 15 entreprises et caves, dans sept des neuf provinces, ont adhéré à cette initiative en l'an 2000.

2 Les routes des vins en Sicile: que révèle l'enquête ?

2-1 Méthodologie

Comme nous l'avons déjà dit, l'instauration des Routes des vins en Sicile et le choix des entreprises qui y participent ont été effectués par l'Institut Régional de la Vigne et du Vin⁸. Parmi les sept itinéraires proposés, nous avons choisi comme point de départ la "Route du vin d'Alcamo DOC", située dans la partie occidentale de l'île, qui est la plus importante zone viticole de la Région.

Pour analyser la position des entreprises qui font partie de cette Route, on a choisi une approche tenant compte de critères multiples, étant donnée l'exigence de tenir compte simultanément de différents aspects du problème, d'ailleurs tous d'ordre qualitatif.

En partant des indications de la loi régionale toscane et de considérations faites au cours de colloques avec des opérateurs d'associations ou d'organisations actives dans le secteur du développement et de la promotion du vin et du tourisme oenologique, on a identifié 13 critères

⁷ Le Mouvement du tourisme du vin est né avec une initiative de l'Association des Viticulteurs Italiens d'Excellence (VIDE) et a comme point de référence l'Oenothèque Nationale de Sienne.

⁸ En réalité, il faut préciser que ce même Institut juge opportun de rappeler que la présence du nom des entreprises dans la liste fournie dans la documentation promotionnelle ne constitue pas un engagement de la part de ces dernières à prendre en charge l'accueil des touristes.

(indiqués dans le tableau ci-dessous) permettant d'évaluer la qualité d'une Route et la participation des entreprises à l'initiative.

En définitive, ces critères tendent à mesurer le degré de satisfaction atteint par le touriste qui visite les entreprises en question.

Tableau 1- Critères pour évaluer la qualité de la participation des entreprises à la Route des vins

1. Accessibilité de l'entreprise	8. Paysage
2. Qualité des services offerts	9. Réceptivité touristique
3. Hospitalité dans l'entreprise	10. Musées du vin
4. Vente en entreprise	11. Oenothèques
5. Architecture	12. Traditions gastronomiques
6. Signalisation	13. Folklore
7. Matériel promotionnel	

On peut remarquer que les sept premiers critères concernent les entreprises, leurs aspects physiques et structurels, leurs capacités d'organisation et de gestion. Tandis que les six autres dépendent du territoire sur lequel se trouve l'entreprise.

Le critère d'*Accessibilité* sert à évaluer le parcours pour se rendre à l'entreprise, surtout du point de vue de la rapidité des voies de communication, mais aussi de leur aménité. Avec la *Signalisation* (gérée par l'entreprise) et le *Paysage* ce critère permet de mesurer combien il est facile, mais aussi agréable de se rendre dans une entreprise.

La *Qualité des services* concerne en particulier la logistique de l'entreprise (présence de parkings, d'aires de stationnement équipées, de services hygiéniques, etc) et l'ensemble des services offerts aux visiteurs (visites guidées des caves et/ou des vignobles). Tandis que l'*Hospitalité* se réfère à l'accueil réservé au visiteur, la gentillesse du personnel, la possibilité de déguster les vins, de consommer ou acheter des produits du terroir, et tout ce qui fait qu'en général on passe un moment agréable dans l'entreprise. Les éventuelles qualités architecturales de l'entreprise, auxquelles est réservé un critère spécifique (*Architecture*), contribuent également au plaisir de la visite.

La *Vente en entreprise* se réfère à la possibilité d'acheter du vin sur place durant la visite et à la qualité de cette vente (modalités de présentation de la marchandise, type de confection, gamme de produits offerts, lieux d'exposition, etc). Un autre critère évalue la qualité du *Matériel promotionnel* et informatif distribué par l'entreprise ainsi que sa capacité à attirer l'attention et à susciter l'intérêt du visiteur. La consistance et la qualité de la *Réceptivité touristique* (présence d'hôtels, restaurants, centres d'agritourisme) dans la zone limitrophe⁹ à l'entreprise exprime la capacité de la zone à accueillir les touristes en général, donc aussi les visiteurs de la Route des vins. La présence d'*Oenothèques* et de *Musées du vin* confère à l'entreprise, et donc à la Route, une position de force. Le rôle de l'offre oenotouristique est d'une certaine manière officialisé et formalisé dans un milieu capable de la gérer. Les *Traditions gastronomiques* et le *Folklore* de la zone donnent une consistance à l'offre oenotouristique, qui peut bénéficier du rapport entre le vin et les mets, dont l'association est particulièrement mise en évidence là où les anciennes traditions populaires existent encore.

On a attribué à chaque critère un poids qui mesure l'importance qu'on lui accorde.

⁹ C'est-à-dire la zone située dans un rayon de 20 km et facilement accessible par la route.

Ce poids a été établi en soumettant à un test 35 personnes intéressées par les Routes des vins¹⁰, qui ont voté pour chacun des critères (en leur mettant une note de 1 à 8) d'une manière autonome et aseptique. On a ensuite déterminé le poids moyen attribué aux différents critères, comme on peut le voir au tableau 2.

Tableau 2 - Détermination des poids moyens de chaque critère

Critères Notes	Notes obtenues								Nombre de votants: a	Poids total (somme des notes):b	Poids moyen a/b□
	1	2	3	4	5	6	7	8			
Accessibilità in azienda	1	2	3	4	6	7	6	6	35	192	5,49
Qualità servizi offerti	0	0	0	1	1	4	14	15	35	251	7,17
Ospitalità in azienda	0	0	1	0	1	8	11	14	35	245	7,00
Vendita in azienda	1	2	5	5	8	5	7	2	35	175	5,00
Architettura	0	0	1	2	3	12	13	4	35	221	6,31
Segnaletica	0	0	3	4	6	9	4	9	35	209	5,97
Materiale divulgativo	2	4	5	2	9	7	6	0	35	162	4,63
Paesaggio	0	0	2	1	7	8	7	10	35	222	6,34
Ricettività turistica	1	3	4	10	6	6	4	1	35	161	4,60
Musei del vino	5	4	5	10	4	5	1	1	35	133	3,80
Enotecche	3	3	6	7	6	4	4	2	35	153	4,37
Tradizioni enogastronomiche	2	2	4	5	5	4	6	7	35	185	5,29
Folklore	9	5	6	6	4	3	1	1	35	114	3,26

On remarque que les critères considérés comme les plus importants sont ceux qui concernent la qualité des services offerts et l'hospitalité, ainsi que le paysage et les qualités architecturales de l'entreprise; ces résultats montrent que le succès d'une Route se joue essentiellement au niveau des entreprises.

Même si les oenothèques et les musées du vin, les manifestations et les fêtes populaires, les aspects liés aux traditions locales (artisanat, produits du terroir) sont également appréciés, ils sont considérés comme moins importants.

2.2 Les premiers résultats

Après avoir ainsi déterminé les critères et leur poids spécifique, on a commencé à examiner les nouvelles entreprises qui adhèrent actuellement à la Route *des vins d'Alcamo DOC*. Pour chacune d'elles, on a évalué les différents critères par des appréciations: faible, médiocre, suffisant, bien et très bien, qui une fois *quantifiées*¹¹ et *pesées* ont donné lieu à une note globale.

On a pu ainsi établir un classement de mérite qualitatif des entreprises. Pour avoir un terme de comparaison, on a inséré dans la liste une entreprise fictive (l'entreprise 0) à laquelle on a attribué l'appréciation suffisant pour chaque critère.

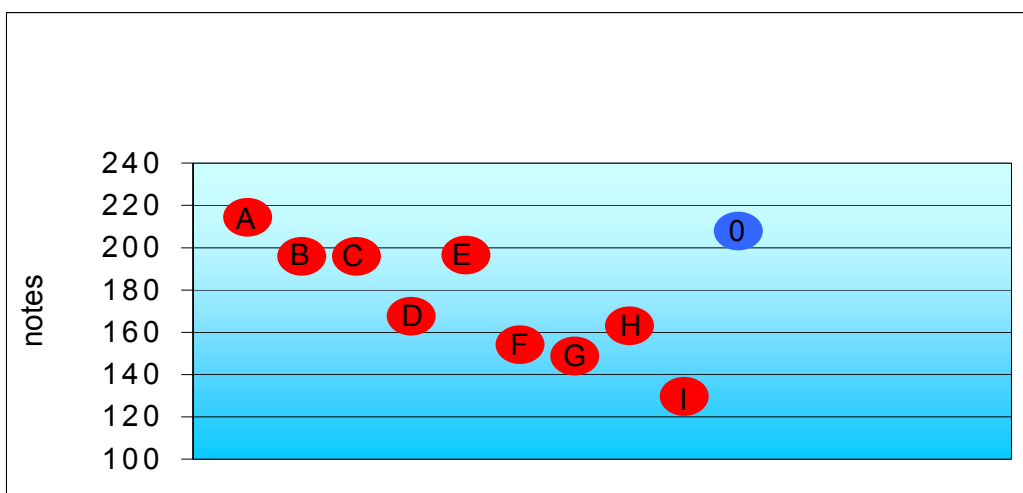
Les résultats obtenus sont indiqués dans le tableau suivant:

¹⁰ Il s'agit d'amateurs de vins et de la nature, connaissant déjà l'existence des Routes des vins et intéressés par l'oenotourisme.

¹¹ On a attribué une valeur numérique à chaque appréciation: faible=1; médiocre=2; suffisant=3; bien=4; très bien=5.

Critères	Entreprises									
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	0
Accessibilità in azienda	22	22	27	22	22	22	22	22	16	16
Qualità servizi offerti	29	29	29	22	29	22	22	22	14	22
Ospitalità in azienda	28	28	21	21	28	14	21	21	14	21
Vendita in azienda	20	15	15	20	15	15	10	10	10	15
Architettura	25	19	25	6	13	6	6	6	6	19
Segnaletica	24	12	12	6	18	12	12	12	12	18
Materiale divulgativo	9	14	5	14	14	9	9	9	5	14
total critères internes	157	138	134	111	138	100	102	102	78	125
Paesaggio	25	25	25	19	19	6	13	13	13	19
Ricettività turistica	14	14	18	5	9	14	9	18	9	14
Musei del vino	0	0	0	0	0	4	0	0	0	11
Enoteche	4	4	4	4	4	4	4	4	4	13
Tradizioni enogastronomiche	11	11	11	16	16	16	11	16	16	16
Folklore	3	3	3	13	10	10	10	10	10	10
total critères externes	57	57	62	57	58	54	47	61	52	83
Note globale	214	196	196	168	196	154	149	163	130	208

Routes du vin d'Alcamo DOC: Classement des entreprises

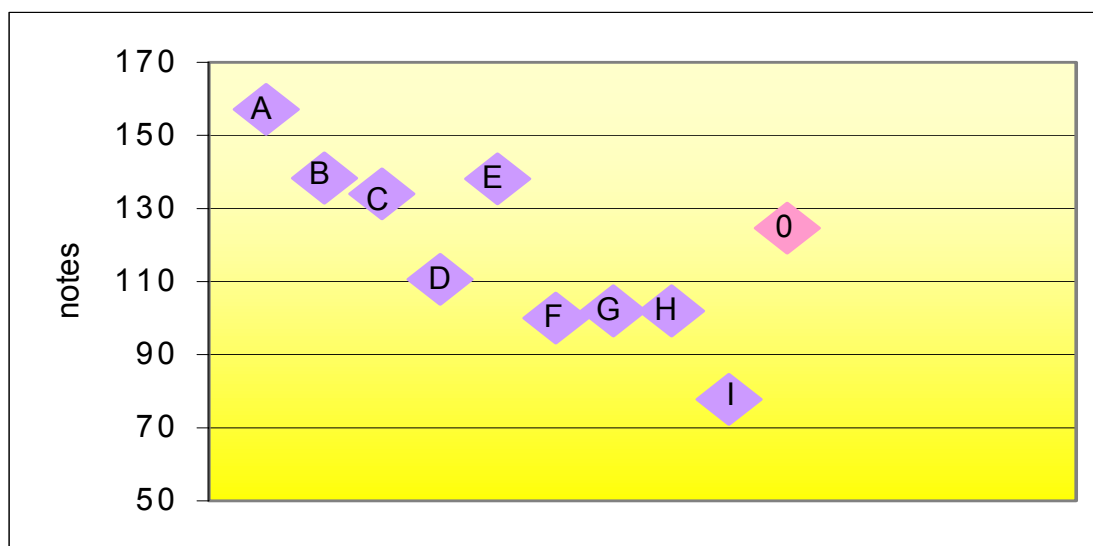


Le graphique suivant fait apparaître la situation des entreprises par rapport au niveau suffisant (entreprise 0)

On remarque qu'une seule entreprise, la A, a un niveau plus que suffisant, c'est-à-dire qu'elle a obtenu une note supérieure à la moyenne.

En examinant ces résultats d'une manière un peu plus approfondie et en considérant séparément les critères internes et externes, il apparaît sur les bases du premier classement que quatre entreprises atteignent un niveau plus que suffisant, tandis qu'en ce qui concerne les critères externes, aucune entreprise n'obtient la moyenne.

Routes du vin d'Alcornoque DOC: les entreprises d'après les critères internes.

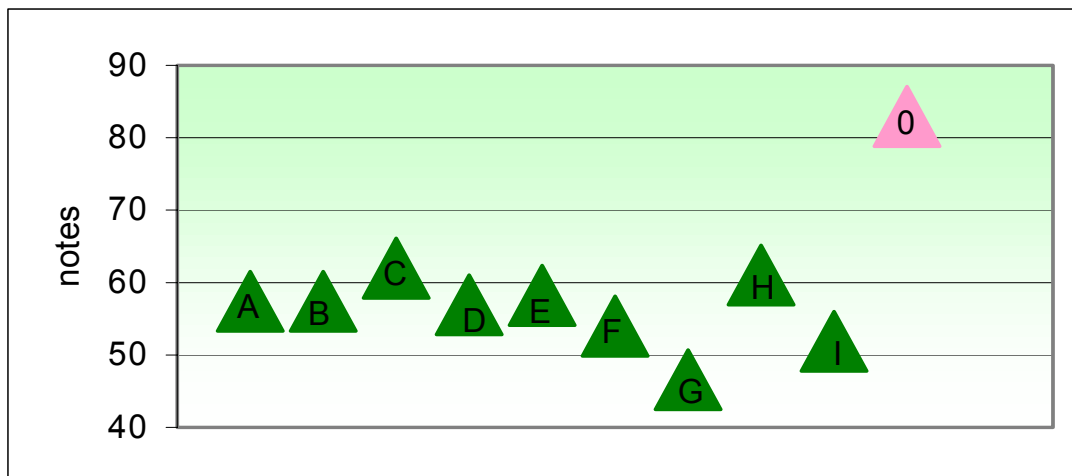


Ce graphique montre que malgré des difficultés et une grande marge d'amélioration, certaines entreprises examinées sont en mesure d'offrir des services de qualité et peuvent d'ores et déjà être considérées comme des entreprises oenotouristiques capables de jouer leur rôle d'unité de production de biens et de services dans le cadre d'une Route des vins.

Il faut toutefois dire également que d'autres entreprises, parmi celles dont la note est en-dessous de la moyenne, sont loin de remplir les conditions nécessaires pour participer à une Route des vins. En outre, en regardant le Tableau 3, on remarque que dans certains cas, certaines lacunes de bases, qui ont valu des notes très basses pour les critères *Architecture* et *Paysage*, semblent constituer des problèmes difficiles, sinon impossibles, à résoudre.

Une observation est valable pour toutes les 9 entreprises de l'Alcornoque DOC: les caractéristiques de la Route qui apparaissent dans le tableau suivant.

Routes du vin d'Alcornoque DOC: les entreprises d'après les critères externes.



On remarque que beaucoup de choses restent encore à faire au niveau du territoire sur lequel se trouvent les entreprises. C'est là qu'on ressent le besoin d'une organisation, prise en charge par les communes ou par des associations constituées dans ce but, qui soit capable de coordonner les actions des différentes entreprises et de gérer le fonctionnement de la Route avec toutes ses activités.

Conclusions

Les premiers éléments qui apparaissent dans cette enquête mettent en évidence que les entreprises examinées ont dans l'ensemble un niveau inférieur à la moyenne, selon les critères de qualité que nous avons établis.

L'analyse montre en particulier que les carences les plus répandues concernent précisément les aspects que la loi toscane, puis la loi nationale, considèrent comme fondamentaux pour une entreprise viticole qui veut faire partie d'une Route des vins.

En effet, parmi ces carences figurent l'architecture, la signalisation, souvent absente ou peu visible, le matériel promotionnel au niveau de l'entreprise, la vente en entreprise, qui semblent avoir une grande importance pour le touriste, et certains éléments secondaires comme les oenothèques et les musées du vin.

Parmi les entreprises examinées, seules quatre sur neuf ont les caractéristiques, des structures et une organisation, qui correspondent aux exigences de la Route des vins. Dans leur état actuel, les cinq autres ne sont pas en mesure d'exercer, en plus de leurs travaux agricoles, une activité d'accueil pour des gens plus ou moins intéressés par la qualité, mais toujours exigeants au niveau des services offerts. D'ailleurs il est compréhensible que tous les touristes veuillent profiter au mieux, en termes de satisfaction personnelle, de leur propre temps libre. L'oenotouriste apparaît encore plus rigoureux dans ses choix: pour ses moments de détente, il recherche des sites particuliers avec des caractéristiques spécifiques. La tâche qui attend les entreprises semble donc particulièrement difficile, si elles veulent atteindre le niveau qualitatif nécessaire pour continuer à participer à une Route des vins.

Pour conclure ce bref exposé, rappelons également qu'en effet, la situation des Routes des vins en Sicile, peut-être à cause de l'absence de normes spécifiques, semble être plus virtuelle que réelle, malgré les efforts déjà mentionnés de l'Institut Régional de la Vigne et du Vin.