Territoires du vin
ISSN : 1760-5296
: Université de Bourgogne

8 | 2018
Patrimoine et valorisation des territoires de la vigne et du vin

Le Nero d'Avola comme élément de valorisation de l'aire du Val di Noto

01 February 2018.

Laura Gaia Paganoni

DOI : 10.58335/territoiresduvin.1371

http://preo.ube.fr/territoiresduvin/index.php?id=1371

Le texte seul, hors citations, est utilisable sous Licence CC BY 4.0 (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/). Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont susceptibles d'être soumis à des autorisations d'usage spécifiques.

Laura Gaia Paganoni, « Le Nero d'Avola comme élément de valorisation de l'aire du Val di Noto », *Territoires du vin* [], 8 | 2018, 01 February 2018 and connection on 03 August 2025. Copyright : Le texte seul, hors citations, est utilisable sous Licence CC BY 4.0 (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/). Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont susceptibles d'être soumis à des autorisations d'usage spécifiques.. DOI : 10.58335/territoiresduvin.1371. URL : http://preo.ube.fr/territoiresduvin/index.php?id=1371

PREO

Le Nero d'Avola comme élément de valorisation de l'aire du Val di Noto

Territoires du vin

01 February 2018.

8 | 2018
Patrimoine et valorisation des territoires de la vigne et du vin

Laura Gaia Paganoni

DOI : 10.58335/territoiresduvin.1371

http://preo.ube.fr/territoiresduvin/index.php?id=1371

Le texte seul, hors citations, est utilisable sous Licence CC BY 4.0 (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/). Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont susceptibles d'être soumis à des autorisations d'usage spécifiques.

Introduction
Le Nero d'Avola
La Route des Vins et des Saveurs du Val di Noto et les facteurs d'attraction économique de l'aire
Les produits typiques
Les obstacles au développement de la Route et l'identité de l'œnotouriste
Conclusion

Introduction

1 L'objectif de cet article est de définir la situation du secteur œnotouristique de la Val di Noto, dans l'extrême sud-est de la Sicile, en montrant les qualités et les problématiques, en cherchant à donner des clés de lecture à ces questionnements

2 La Sicile est une terre riche en contradictions et sans aucun doute très diversifiée à l'intérieur. Des zones naturellement prédisposées à la viticulture et au tourisme, aisément accessibles, alternent avec des zones plus sauvages, arides, où les paysans travaillent des journées

Le texte seul, hors citations, est utilisable sous Licence CC BY 4.0. Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont susceptibles d'être soumis à des autorisations d'usage spécifiques.

entières dans les serres, avec les mains noires de terre ; où le soleil brille tout la journée et où intervient la salinité de la mer amenée par le vent ; où les amplitudes thermiques et la composition du sol donnent vie à des productions œnologiques uniques.

3 Le territoire de la Sicile sud-orientale est un territoire complexe, riche en ressources historiques et culturelles dans un contexte paysager également complexe et significatif. La vocation touristique de ce territoire est très forte et se lie à une offre de produits œnogastronomiques typiques immédiatement reconnaissables au niveau national comme international. Toutefois, le marché touristique devient de jour en jour plus sélectif et demande des actions de marketing idoines à la promotion du territoire et ses produits.

4 Le vin est une partie intégrante de la culture sicilienne et l'union entre vin et tourisme peut, et doit être, la combinaison gagnante à jouer. Le vignoble Nero d'Avola en est ici l'indiscutable roi.

Le Nero d'Avola

5 La viticulture en Sicile est en train de vivre, depuis quelques dizaines d'années, une période très florissante, grâce à la redécouverte des vignobles autochtones. La permanence d'une viticulture familiale, surtout dans certaines zones de l'île, a permis la conservation d'anciennes variétés. Cela se traduit aujourd'hui par un très important patrimoine à préserver, sauvegarder et surtout valoriser, avec de nombreux viticulteurs qui utilisent des méthodes biologiques et font partie d'un environnement avec des conditions pédoclimatiques et des paysages uniques en Italie.

6 Il ne faut pas oublier que nous sommes au point le plus méridionale de la péninsule italienne pour la viticulture. Le climat est méditerranéen et très chaud pendant l'été, mais aussi très venteux, avec la collision des courants issus des mers Ioniennes et Méditerranée, et avec des amplitudes thermiques très fortes. Le soleil manque rarement et, très souvent, le séchage de raisin sur la plante n'est pas une pratique voulue.

7 Les vignobles ici ne couvrent pas la totalité du territoire, mais ils trouvent leur propre place sur des parcelles de terre entourées par des oliviers, des plantations d'agrumes et d'amandes.

Le texte seul, hors citations, est utilisable sous Licence CC BY 4.0. Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont susceptibles d'être soumis à des autorisations d'usage spécifiques.

8 Universellement considéré comme un des meilleurs vignobles de la Sicile, pendant des siècles le Nero d'Avola a été utilisé comme vin de coupage, mais c'est à partir des années 1980 que - au niveau agronomique, technologique et commercial - a débuté le changement qui lui a permis d'être un vignoble autonome, avec son propre caractère. Aujourd'hui il est le vignoble le plus diffus en Sicile, même si les plantations les plus importantes sont centrées sur le territoire d'origine de ce vin, à savoir dans le Val di Noto – au sein des localités d'Eloro, Pachino et Noto (province de Syracuse).

9 Le Nero d'Avola est cultivé principalement en taille gobelet. Pas de soutènements, seulement le gros tronc de la vigne qui forme une demi-spirale avec des grappes qui pèseront au maximum 2 kg. Les vignes sont, en moyenne, âgées de 25 à 30 ans, mais les plantations les plus récentes sont touchées par un abandon progressif de la taille gobelet, économiquement trop couteuse, systèle qui laisse place de plus en plus souvent à la taille Guyot.

10 Le Nero d'Avola donne des raisins ayant une haute concentration de sucre qui permet au vin de dépasser les 15 degrés de teneur en alcool. Il possède une bonne structure, une bonne douceur, de la chaleur et il est intense et harmonieux.

Paysage viticole, Noto. Cliché de l'auteur

Le texte seul, hors citations, est utilisable sous Licence CC BY 4.0. Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont susceptibles d'être soumis à des autorisations d'usage spécifiques.

La Route des Vins et des Saveurs du Val di Noto et les facteurs d'attraction économique de l'aire

11 Entre tous les produits alimentaires, le vin est le produit qui évoque le mieux son terroir de provenance au moment de la dégustation. Le lien entre terroir et vin est indissociable et, pour les œnotouristes, fondamental. La valorisation économique de la ruralité est une opportunité pour montrer le territoire sous une autre lumière, celle de l'œnogastronomie. Si la démarche réussi, le vin recevra notoriété et promotion.

12 Il est donc incontournable de réussir à communiquer de façon unifiée sur les diversités présentes dans chaque zone géographique, en se servant des campagnes de promotion et des événements qui connectent le vin au terroir d'origine, dans un parcours qui se déroule entre histoire, tradition, art, culture, gastronomie et surtout paysage.

13 Visiter la zone de culture et rencontrer directement le producteur sont des éléments qui donnent de la valeur ajoutée à la bouteille. Dans la lignée de cette tendance, le consommateur de vin privilégient aujourd'hui la qualité sur la quantité, ainsi que les raisins autochtones [1].

14 De nombreux producteurs ont relevé ce nouveau défi du marché en créant leur propre marque avec des caractéristiques distinctes, en orientant le consommateur vers une culture du goût responsable [2].

15 Les routes des vins en Italie sont un phénomène plutôt récent : la première loi sur le règlement régional remonte seulement au 27 juillet 1999. Ce retard n'a cependant pas encore permis la création d'une offre consolidée comme il est possible d'en observer dans les autres pays européens.

16 Les Routes des Vins constituent des offres touristiques spécialisées, visant à la création de parcours œnogastronomiques et paysagers, à travers un mélange de produits agroalimentaires, entreprises de restauration, caves et terroirs. Mais leur rôle nous semble encore plus

Le texte seul, hors citations, est utilisable sous Licence CC BY 4.0. Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont susceptibles d'être soumis à des autorisations d'usage spécifiques.

large : la jouissance, la conservation et la valorisation du patrimoine et de la diversité rurale sont également des objectifs que l'implantation de ces tracés doit permettre d'atteindre.

17 Il est important d'insister sur le facteur expérientiel qui touche l'oenotouriste au moment de la consommation. C'est ainsi que ce dernier cherchera les caves capables de garantir ces expériences, et possédant un niveau de service adéquat.

18 Aujourd'hui, les Routes des Vins en Sicile, au nombre de douze, sont regroupées au sein de la Fédérations des Routes des Vin et des Saveurs de la Sicile [3]. Groupement sensé stimuler leur développement auprès d'une clientèle Italienne et étrangère. Les associés sont des entrepreneurs privés qui investissent sur la qualité et la typicité des produits, ainsi que des propriétaires de structures d'accueil et de restauration. Les personnes ressources et les acteurs des Routes doivent donc interagir dans une optique de création d'un système d'offre prenant en compte des expériences culturelles, sensorielles et environnementales. Les Routes des Vins doivent surtout être évaluées en termes de convivialité.

19 La Route des Vins et des Saveurs du Val di Noto est née le 12 juillet 2003 et est un itinéraire qui passe par six communes : cinq de la province de Syracuse (Palazzolo, Avola, Noto, Rosolini, Pachino) et une de la province de Raguse (Ispica).

20 Le parcours se présente sous la forme d'une clepsydre. De Syracuse, il pointe vers Palazzolo Acreide, à l'ouest, puis il descend vers Noto et Avola, au sud, et bifurque dans deux directions : l'une qui borde la mer Ionienne en passant par la réserve naturaliste de Vendicari et en descendant jusqu'à Pachino et l'autre, à l'intérieur, qui arrive jusqu'à Rosolini et Ispica. Le projet prévoit différents parcours pour inciter le touriste à découvrir les ressources extraordinaires qu'offre ce terroir.

21 Tout le territoire offre une incroyable variété de magnifiques paysages. La zone d'Iblea, entre Palazzolo, Avola, Noto e Rosolini, avec ses canyons préhistoriques ; les zones humides de Vendicari et Longarini, où des milliers d'oiseaux migrateurs se reposent avant de traverser le canal de Sicile ; les plages et la mer presque immaculées… Toutes les communes de la Route des Vins et des Saveurs de la Val di Noto sont à considérer comme des musées à ciel ouvert : Noto, capi-

Le texte seul, hors citations, est utilisable sous Licence CC BY 4.0. Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont susceptibles d'être soumis à des autorisations d'usage spécifiques.

tale du baroque sicilien ; Palazzolo Acreide, avec son théâtre grecque, tous les deux inscrits au patrimoine mondial de l'UNESCO. Leurs centres villes concentrent nombre de trésors architecturaux : d'églises, palais en marbre, places, etc. N'oublions pas, enfin, les anciens bâtiments liés à la pêche au thon.

Cathédrale de Noto Cliché de l'auteur

Les produits typiques

22 Croisement de populations et de cultures, la Sicile, située au centre du bassin Méditerranéen, a donné vie à un laboratoire interculturel et à un panier agro- alimentaire multidimensionnel qui permet à l'œnogastronomie sicilienne de développer une offre unique dans le panorama oenogastronomique international.

23 Evoquons par exemple le figuier de Barbarie, d'origine sud-américaine, désormais devenu une espèce typique de l'île ; ou la pistache, d'origine asiatique ; ou encore certains ingrédients aromatiques venus d'Orient, voire, la revisite de spécialités nord-africaines comme le *couscous* de poisson [4].

Le texte seul, hors citations, est utilisable sous Licence CC BY 4.0. Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont susceptibles d'être soumis à des autorisations d'usage spécifiques.

24 La Sicile peut donc être considérée, sans aucun doute, comme une des régions européennes majeure en termes de diversité d'espèces cultivées et de productions alimentaires.

25 Le système des Indications Géographiques de l'Union Européenne favorise le système productif et l'économie du territoire en défendant l'environnement, en relation avec le fait que le lien indissociable avec le terroir d'origine exige la sauvegarde des écosystèmes et de la biodiversité. Par ailleurs, grâce à la certification communautaire, le système donne des garanties majeures aux consommateurs grâce à la traçabilité et la sécurité alimentaire.

26 Le MIPAAF, Ministère des politiques agricoles alimentaires et forestières, a recensé 280 produits italiens à marque AOP (Appellation d'Origine Protégée), IGP (Indication Géographique Protégée) et STG (Spécialité Traditionnelle Garantie) et 523 vins parmi lesquels des DOCG (Dénomination d'Origine Contrôlée et Garantie), des DOC (Appellation d'Origine Contrôlée) et des IGT (Indication Géographique Typique). En consultant le site internet du Ministère [5]. Il est ainsi possible de relever la présence de 68 productions d'excellence sur l'île sicilienne.

27 Les produits siciliens de qualité, provenant de l'activité agricole et zootechnique, s'imposent comme une ressource très importante. Le secteur qui représente la majorité de produits est celui du fruit, suivi immédiatement par le secteur du vin et viennent ensuite les fromages, les légumes et les olives pour la production d'huile.

28 Impossible ne pas citer la tomate Pachino IGP, le melon IGP de Pachino, l'huile extra-vierge d'olive AOP des Monti Iblei, l'amande d'Avola (*Presidio Slow Food*), l'artichaut violet de Ispica, le citron de Siracuse, les oranges rouges de Sicile IGP ou encore d'autres spécialités gastronomiques comme le Cannolo sicilien, la Cassata et le chocolat de Modica, accompagnées par des vins rouges à base de Nero d'Avola et des vins blancs à base de Moscato [6].

29 La qualité des restaurants et l'offre de produits typiques sont des facteurs qui influencent beaucoup le choix de l'œnotouriste. Les opérateurs de *Food & Beverage* utilisent différentes méthodes pour mettre en avant le produit agro-alimentaire : les menus prévalent, mais ils sont suivis par la véritable exposition du produit, pas seulement dans

Le texte seul, hors citations, est utilisable sous Licence CC BY 4.0. Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont susceptibles d'être soumis à des autorisations d'usage spécifiques.

les espaces d'exposition comme les chariots ou vitrines, mais comme éléments décoratif de la table.

Les obstacles au développement de la Route et l'identité de l'œno-touriste

30 Il existe pourtant de nombreuses problématiques à surmonter afin de pouvoir développer au mieux ce processus oenotouristique. L'importante fragmentation des entreprises, avec des exploitations et des vinicola de petites tailles s'impose comme un frein à une certaine modernisation (mécanisation ou systèmes d'irrigation modernes) qui permettrait un développement économique plus conséquent de l'île. Tout cela entraîne des problèmes de coordination horizontale parmi les viticulteurs et verticale entre les autres acteurs de la filière, ainsi qu'une insuffisante attention face aux exigences de la demande. Notons enfin l'absence d'entités professionnelles spécialisées en marketing et en stratégies de valorisation.

31 De plus, il y a une prévalence encore plutôt forte d'une production de vins en bricks ou de moûts concentrés avec un marché encore trop centré sur la vente de vins en vrac et dans les discounts [7].

32 Ces points faibles se traduisent par des difficultés face à la concurrence des territoires limitrophes. La compétitivité nationale et internationale sur le marché des destinations touristiques et culturelles est rude, d'autant que la Sicile pâtie toujours d'une fragmentation politique et institutionnel parfois nuisible à son développement.

33 Des opportunités prennent cependant forme et se traduisent par un développement de l'événementiel local et des manifestations avec ; la création d'un système d'offre pour toutes les saisons ; la présence de sites inscrits dans l'*Heritage List* de l'UNESCO, réelle opportunité pour une ouverture touristique internationale ; Cela créée enfin des opportunités visant à une meilleur intégration entre produit touristique-culturels et produits touristiques liés à la mer.

34 Ces facteurs doivent inciter les acteurs locaux à une exigence de tous les instants afin de cibler l'intérêt des œnotouristes. Il s'agit de facili-

Le texte seul, hors citations, est utilisable sous Licence CC BY 4.0. Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont susceptibles d'être soumis à des autorisations d'usage spécifiques.

ter l'accès aux destinations choisies, l'hospitalité qui les attend et de rendre meilleurs les services d'accueil. Le tourisme du vin est une opportunité de développement étant donné qu'il met en relations différents acteurs du territoire jouant sur la *gouvernance même* du territoire.

35 Comment, alors, définir cet « œnotouriste moyen » ? Il a entre 25 et 45 ans, principalement de sexe masculin. Il possède un niveau d'instruction moyen-haut et élevé et il a une sensibilité caractéristique à l'environnement et à l'art. L'œnotouriste voyage en couple ou en petits groupes, motivé par la dégustation, la découverte des produits et les expériences liées aux lieux de production. Il participe aux événements liés au monde du vin aussi. Ce touriste est plutôt autonome, il se déplace avec son propre véhicule et préfère loger en *agriturismo*. Il cherche et trouve les informations à travers les brochures de vulgarisation, les guides touristiques, les sites internet... Quant aux périodes de séjour on observe que l'œnogastronomie n'est plus vécue comme un tourisme *de frappe et de repli*, mais un tourisme organisé qui peut intéresser à n'importe quelle période de l'année. L'élément clé reste cependant le processus expérimental lié au terroir, processus qui différencie l'œnotouriste des amateurs de vin.

36 Durant l'année 2007, le Consortium Régionale pour la Recherche Appliquée et l'Expérimentation de Palerme a conduit une recherche, structurée en entretiens, afin d'évaluer les points forts et les faiblesses du réseau des Routes [8].

37 L'étude s'est intéressée aux acteurs institutionnels, aux entrepreneurs touristiques et aux experts en marketing agroalimentaire. Les facteurs analysés ont été :

- Les infrastructures : le réseau routier, la signalisation, la présence de centres d'information œnotouristique ;
- Les producteurs : professionnalisme, accueil, hospitalité, attractivité des caves ;
- Le vin : amplitude et qualité de l'offre, prix, ... ;
- Les services : la présence de centres d'accueil, œnothèques, dégustations guidées, manifestations... ;
- Les biens paysager : réserves naturelles, parcs, plages... ;
- Les biens culturels : sites archéologiques, musées...

Le texte seul, hors citations, est utilisable sous Licence CC BY 4.0. Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont susceptibles d'être soumis à des autorisations d'usage spécifiques.

38 L'entretien a souligné que, en général, le niveau de développement de l'œnotourisme en Sicile était considéré comme embryonnaire dans 84,6 % des cas et moyen dans les 15,4 % restants.

- *Facteur infrastructures.* Les manques plus significatifs concernent la signalisation. La présence de centre de renseignement fut considérée comme globalement faible. Le réseau routier, par contre, fut considéré comme un facteur non influent, étant donné que les bénéficiaires du tourisme rural sont motivés à rejoindre des lieux parfois difficilement accessibles.
- Facteur producteurs. En additionnant les données fortes et moyennement fortes, le professionnalisme des opérateurs a été considéré comme important, alors que l'attractivité des caves et l'hospitalité ont été évaluées comme faibles. L'enquête a souligné l'écart entre certaines caves attentives aux œnotouristes et d'autres caves qui n'avaient pas encore (ou mal) considéré cette opportunité.
- *Facteur vin.* Les résultats ont montré un fort intérêt pour la qualité et l'amplitude de l'offre, alors que les divergences constatées concernent le prix, entre les caves associées à une politique de *branding* et de marketing et les autres caves qui augmentaient les prix selon le marché, même si la qualité ne le permettait pas.
- *Facteur services.* Des Faiblesses ont été enregistrées sur la présence de centres de renseignement et d'œnothèques, alors que les visites dans les caves et les dégustations furent considérées comme fortes.
- *Facteur biens paysagers.* Les réserves naturelles ont obtenu le niveau d'appréciation le plus élevé.
- *Facteur biens culturels.* Les sites archéologiques et les musées ont obtenu les meilleurs résultats.

39 Au final, on relève que malheureusement, il manque une réelle articulation entre ces différents facteurs étudiés. Ces constatations montrent que les acteurs qui couvrent les parcours des Routes des Vins opèrent séparément, sans se connecter aux mêmes réseaux de services, à des ressources communes et à des intérêts réciproques. Aujourd'hui, presque dix ans après cette enquête, la situation n'a guère changé. Des entretiens conduits personnellement avec des producteurs viticoles sur la Route des Vins et des Saveurs de la Val di Noto, ont démontré que le problème principal est imputable au tempérament des siciliens : un accueil exagéré mais une collaboration nulle. L'individualisme sicilien est très fort et généralement les entre-

Le texte seul, hors citations, est utilisable sous Licence CC BY 4.0. Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont susceptibles d'être soumis à des autorisations d'usage spécifiques.

preneurs préfèrent voir les résultats avant que de faire l'investissement.

40 Une offre intégrée, la promotion du territoire, le professionnalisme des opérateurs et la culture de l'accueil sont des points fondamentaux sur lesquels travailler pour la bonne réussite de ce projet de valorisation et de promotion.

41 Dans le cadre du développement des routes des vins, un autre aspect fondamental à prendre en compte concerne les financements publics. Aujourd'hui les résultats ne peuvent pas être définis de manière optimale étant donné qu'en mars 2015, deux projets qui avaient été approuvés en 2013 pour la promotion du district ont échoué. Il s'agissait de *Departure Siracusa* et *Val di Noto Easy Tour*, projets qui consistaient en la création d'actions de marketing en lien avec les transports aériens et en la création d'un système d'information pour l'accessibilité culturelle et la promotion de l'offre touristique. Des défauts dans le financement de ces opérations furent les causes de ces échecs et, une nouvelle fois, ont pu mettre en exergue les défaillances de l'administration sicilienne.

42 Une autre réflexion doit être menée concernant le site internet de la Route des Vin et des Saveurs du Val di Noto [9]. Le site est régulièrement mis à jour en ce qui concerne la liste des associés et des manifestations, mais il reste à actualiser au niveau des parcours proposés aux touristes.

Conclusion

43 Cette contribution avait pour objectif de donner des clés de lecture sur l'œnotourisme dans la Val di Noto et d'en dégager les points problématiques afin d'envisager des perspectives positives pour l'avenir.

44 Devons-nous par exemple envisager les problèmes d'accessibilité à la Sicile comme un obstacle ou une force ? Certes, la zone est desservie par deux différents aéroports : celui de Catania Fontanarossa et celui de Comiso (Raguse), mais dans tous les cas il reste nécessaire de louer une voiture en raison de la défaillance du transport public.

45 A contrario, c'est sans doute grâce à cette accessibilité non immédiate, qu'aujourd'hui, nous pouvons encore admirer un territoire au-

Le texte seul, hors citations, est utilisable sous Licence CC BY 4.0. Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont susceptibles d'être soumis à des autorisations d'usage spécifiques.

thentique. Il est encore possible de discuter avec un producteur de tomates à Pachino et de comprendre la dure réalité de son métier ; en se promenant parmi les vignes de Nero d'Avolla toujours taillées en gobelet, possibilité nous est encore offerte de comprendre pleinement le métier de viticulteur et son lien avec la terre ; enfin, il est toujours possible de sublimer nos sens en savourant les plats typiques des restaurants du petit bourg de Marzamemi.

46 Cette forme de tourisme rurale permet au touriste se retrouver au plus près d'un terroir viticole proche de son territoire et cela se traduit indéniablement par un développement touristique au niveau local. Les productions typiques ont une très forte importance dans l'offre touristique, tant la perception de la ruralité a toujours renvoyé aux stéréotypes de pureté et de nature, rendant l'expérience sensorielle très attractive pour le visiteur[10].

47 Le manque de collaboration entre les acteurs et les défaillances en termes de promotion sont encore à considérer comme des obstacles au développement de l'ensemble de l'aire. Ils freinent la création d'une image unitaire et bien reconnaissable. Mais il faut admettre que plusieurs entreprises parviennent malgré tout à se valoriser, à se créer leur propre image, ainsi qu'un marché identifiable, même à l'étranger.

48 Face à ces réflexions et pour faire « décoller » l'œnotourisme de la Val di Noto quelques points fondamentaux doivent au final, être pris en compte : la nécessité d'adopter une stratégie unitaire à caractère territorial visant à faire participer en commun les opérateurs publics et privés de l'aire concernée. Le développement d'une telle articulation permettrait de définir les bases d'un essor stable et durable, tout en gardant les éléments oenotouristiques patrimoniaux les plus attrayants et les plus authentiques de cette Sicile vitivinicole.

---

1 Magda Antonoli Corigliano, Enoturismo. Caratteristiche della domande, strategie di offerta e aspetti territoriali e ambientali, Milano, F. Angeli, 1996

2 Coreras, Il vino fattore di sviluppo terziario: le strade del vino in Sicilia, Palermo, 2007

3 www.stradeviniesaporisicilia.it

Le texte seul, hors citations, est utilisable sous Licence CC BY 4.0. Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont susceptibles d'être soumis à des autorisations d'usage spécifiques.

4 Mario D'Amico, Le produzioni agro-alimentari tipiche in Sicilia, Catania, Bonanno Editore, 2011

5 www.politicheagricole.it

6 CORERAS, Prodotti agricoli di qualità e turismo in Sicilia, Palermo, 2005

7 Alberto Mattiacci, Marketing strategico dei business di nicchia, Padova Edizioni Cedam, 2000.

8 Coreras, Il vino fattore di sviluppo del terziario: le strade del vino in Sicilia, Palermo, 2007

9 www.stradadelvaldinoto.it

10 Jean Bessière, Local Development and heritage: traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas, Touluse, CERTOP, 2002

Mots-clés
Nero d'Avola, Val di Noto, Œnotourisme, Patrimoine, Valorisation

Keywords
Nero d'Avola, Val di Noto, Œnotourisme, Heritage, Valorisation

---

Laura Gaia Paganoni
Università degli Studi di Milano

Le texte seul, hors citations, est utilisable sous Licence CC BY 4.0. Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont susceptibles d'être soumis à des autorisations d'usage spécifiques.