

Nationaal Park Cinque Terre

Cinque Terre -een UNESCO site sinds 1997, een nationaal park sinds 1999- behelst een gebied met 5 dorpen, de kustlijn en het gebied achter de dorpen. De zee voor de kust van het Nationaal park is een beschermd marine gebied, opgedeeld in drie zones. Het park zelf kent ook zonering. Unieke eigenschap van het nationale park zijn de eeuwenoude terrassen waarbij de grens tussen natuurlijk en cultureel erfgoed erg dicht bij elkaar ligt. Bewoners worden actief ingezet om de terrassen te onderhouden, een vrijwel onbegonnen werk met de veelal niet goed onderhouden terrassen en de evenzovele eigendomsrechten in het nationaal park.



Cinque Terre heeft rond de 10.000 inwoners, en ontvangt zo'n 2,5 miljoen bezoekers per jaar in de 5 dorpen, waarvan zo'n 600.000 ook in het park wandelen. Het nationale park heeft een jaarlijks inkomen van 11 miljoen Euro, en een vaste staf van 19 personen. We spraken met hen over de grote aantallen toeristen die weliswaar voornamelijk voor het cultureel erfgoed komen, maar toch ook de grootste inkomsten bron zijn voor het nationaal park. Hoe ga je om met bewoners in zo'n toeristisch gebied? Wat zijn de activiteiten waarmee je bezoekers wel de natuur in krijgt? En hoe houdt je het evenwicht tussen natuur en cultuur?

Voor meer informatie zie <http://www.parconazionale5terre.it/>
of mail Matteo Perrone matteo.perrone@parconazionale5terre.it

Structuur van natuurparken in Italië

Veel natuurgebieden in Italië worden succesvol beschermd. Er zijn in Italië 152 Regionale Parken, 24 Nationale Parken, 8 biosfeer reservaten, een wildernispark en 52 Ramsar wetlands. De 24 nationale parken (zie kaartje hieronder) worden in Italië aangestuurd vanuit Rome door het ministerie van Natuur, die zowel in personele als financiële zin de parken actief ondersteunt. Er is twee keer per jaar overleg tussen de parken en op het gebied van marketing worden zaken centraal aangestuurd.



24 nationale parken in Italië

Governance

Cinque Terra slachtoffer van eigen succes: te weinig sturing door te kleine organisatie

Bij ons eigen Nederlandse stimuleringsprogramma "Naar Nationale Parken van Wereldklasse" is het altijd een discussiepunt of je niet teveel bezoekers gaat trekken die de kwaliteit van het park vervolgens gaan aantasten. Cinque Terre is een voorbeeld van zo'n park die inmiddels als "van wereldklasse" bekend staat, maar slachtoffer is geworden van zijn eigen succes. Vooral in de zomermaanden wordt het gebied overladen met bezoekers.

De organisatie structuur van Cinque Terra bestaat uit een bestuur met de burgemeesters van de 5 gemeenten (waarvan er één de president is) en 4 vertegenwoordigers vanuit het ministerie in Rome (alle 4 met inhoudelijke expertise). Daarnaast heeft het een werkkapparaat van 10 fte. Deze kleine organisatie is een van de oorzaken van het niet kunnen inpalmen van de grote stroom bezoekers in Cinque Terra. De organisatie is te klein om de grote toestroom goed te kunnen organiseren en daarbij de kwaliteit in stand te houden. Verder heeft de organisatie van het nationale park geen zeggenschap in de dorpen en kan dus moeilijk sturen. Om het nationale park goed te kunnen managen is er eigenlijk een degelijke organisatie nodig die regionale kan sturen.

Marketing & branding

Ontstaan van het Nationaal Park

In de jaren 60-70 van de vorige eeuw kwamen de mensen vooral de cultuur naar Cinque Terre, waaronder beroemde zangers, acteurs en schilders. In de jaren 80 werd het wel iets drukker, maar het echte toerisme in Cinque Terre kwam in de jaren 90 op gang. Aanleiding was een boek geschreven door een Amerikaan (Rick Steves, Europe Through the Back Door), waarin hij schreef dat Cinque Terre wel eens 'het laatste paradijs op aarde' zou kunnen zijn. Volgens Stevens moest je echter wel snel zijn om het te bezoeken, want het was al aan het verdwijnen. In 5 jaar tijd schoot de capaciteit aan hotelkamers omhoog van 5 naar 100 kamers.

Niet lang hierna, in 1997, werd Cinque Terre uitgeroepen tot Unesco gebied (1997) en in 1999 werd het officieel een nationaal park. Vooral door de titel Nationaal Park werd het gebied nog bekender en kwamen er meer toeristen uit andere landen van de wereld (China, Australië, Nieuw

Zeeland). Hiervoor zijn zogenaamde 'twinning' projecten opgezet, met als doel het toerisme te bevorderen. Het nationaal park heeft toen ook een zogenaamd 'kwaliteitslabel' ingevoerd. Dit label is vooral gericht op milieumaatregelen voor de hotels. Een andere gevolg van de titel Nationaal Park was dat het gebied vanaf toen geld kreeg van de nationale overheid. Unesco is voor Cinque Terre wel een belangrijk merk, maar ze krijgen daar geen geld voor.

Verhaal van het park

Cinque Terre is bekend om zijn mooie kust met schilderachtige dorpjes. Hier komen de toeristen voor en dit wordt in de reisgidsen aangeprezen. Het nationaal park zelf wil eigenlijk een ander verhaal vertellen over hun gebied, namelijk dat van wijnbouw. De wijn wordt verbouwd op terrassen en de muurtjes om deze terrassen zijn cultuurhistorisch erg interessant (drystone walls). Daarnaast zijn ze heel belangrijk om het karakteristieke landschap te behouden. En ze zijn cruciaal voor de veiligheid van het gebied. Een aantal jaar geleden zijn er behoorlijke landverschuivingen geweest, waarbij ook mensen om het leven zijn gekomen. Het meest toeristische wandelpad (via dell'Amore) is sinds 2012 daarom ook gesloten. Opvallend is dat dit totaal geen effect heeft op het toerisme, het wordt alleen maar drukker. Door het cultuurhistorische verhaal te vertellen hopen ze dat de toeristen zich meer verspreiden over het gebied en niet allemaal in de dorpjes blijven hangen. Overigens hebben ze geen 'brand' voor de wijn die lokaal wordt geproduceerd.



Busladingen toeristen

Cinque Terre heeft 120 km aan wandelpaden. In 2002 is men begonnen met het heffen van toegang. Eigenlijk geldt deze toegangkaart voor het hele nationaal park, maar de kaartjes worden alleen gecontroleerd op de paden. De busladingen mensen en de toeristen die met de cruiseschepen in La Spezia aankomen gaan alleen naar de dorpjes en kopen vaak geen kaartje. Kaartjes zijn te koop in de bezoekerscentra, die zijn gevestigd in de oude treinstations. Ieder dorp heeft een bezoekerscentrum, waar naast deze kaartjes niet veel te koop is.

Internationale marketing is, gezien het aantal toeristen dat het gebied weet te vinden, niet echt meer nodig. Het is eerder noodzakelijk om de (letterlijk) busladingen en cruiseschepen vol met



toeristen in goede banen te leiden. Cinque Terre is wat dat betreft echt een uniek nationaal park in Italië. Samenwerking met andere nationale parken is er dan ook eigenlijk niet, wel met andere plekken die met massa toerisme te maken hebben (zoals Venetië en Rome).

Meer controle op de het toerisme

In 2016 zijn ze in Cinque Terre gestart met monitoring van de toeristen op de wandelpaden. Dit doen ze met een systeem dat lichaamswarmte meet. Het idee hierachter is, dat als het te druk is op het pad, ze het pad kunnen sluiten (omdat het pad dan te onstabiel en daarmee gevaarlijk wordt).

Daarnaast willen ze samen met de touroperators maatregelen nemen om het toerisme beter te spreiden. Bijvoorbeeld om niet allemaal tegelijk naar hetzelfde dorpje te gaan of om minder en exclusievere (duurdere) georganiseerde tours aan te bieden. Ook gaan ze praten met het ministerie om te onderzoeken of ze een website kunnen ontwikkelen waar mensen

online hun tickets boeken. Zo kunnen ze meer inzicht krijgen in de herkomst van de toeristen. En daar kunnen ze dan hun marketing weer op aanpassen.

Verdienmodellen

Nationaal park als verdienenmodel!

Cinque Terre werd in 1997 uitgeroepen tot Unesco World Heritage Site. Met deze Unesco status win je bekendheid, een grotere stroom bezoekers, maar geen directe inkomsten om natuur mee te beschermen. De keuze om het gebied te 'promoveren' van regionaal park (wat het al was sinds 1985) tot nationaal park was dan ook een hele pragmatische: met de titel Nationaal Park komt er in Italië ook financiële steun vanuit de centrale overheid.

Nu – 17 jaar later, genereren de grote aantallen bezoekers de meerderheid van de inkomsten van het nationale park. Van de in totaal 11 miljoen euro op de jaarlijkse begroting komt er 7 miljoen euro uit de verkoop van toegangskarten voor het nationale park. Dit toegangskarten systeem is in 2002 ingevoerd, en werkt goed. Een toerist betaalt € 7,50 per dag om het nationale park te mogen bezoeken en op de paden te mogen wandelen. Als hij ook vervoer wil (bus, trein) dan is de dagkaart € 16,00 per persoon. De toerist wordt alleen gecontroleerd op de meest drukke paden van het park, van 9:00 – 18:00 uur in de maanden april tot en met oktober.

Daarbuiten worden toeristen middels informatiepunten op de stations wel aangemoedigd om een kaart te kopen, maar wordt er niet geïnvesteerd in controles. Een groot aantal toeristen komt aan met de trein en vindt bij aankomst in elk van de vijf dorpen een bezoekers informatiepunt op het station. Deze informatiepunten zien er in het laagseizoen niet erg aantrekkelijk uit, wellicht wordt hier in het hoogseizoen meer aandacht aan besteed.

Investeren in bewoners en landbouw = noodzaak!

Het grootste probleem – en ook letterlijk gevaar- is dat er steeds minder landbouw op de terrassen in Cinque Terre plaatsvindt, waardoor de terrassen zijn verwaarloosd, afbrokkelen en de stabiliteit van de steile heuvels in gevaar komt. In 1951 waren er nog 1.000 hectares bebouwd voor druiventeelt, nu zijn dat er nog maar 88, gerund door 23 wijnproducenten. De dorpen liggen letterlijk onderaan de heuvels, en zijn meer dan gebaat bij een stabiele situatie in die heuvels. Een aantal jaar terug is het al mis gegaan toen vier Australische toeristen om het leven zijn gekomen bij een landslide. Een substantieel deel van de inkomsten van het nationale park gaan dan ook naar het investeren in het restaureren van 'dry walls' (muren met opgestapelde stenen die de basis van de terrassen vormen) en in het investeren in landbouwers die nog druiven verbouwen voor de wijn. Met deze druiventeelt wordt enerzijds het cultureel erfgoed, maar tegelijkertijd ook het natuurlijk erfgoed beschermd. Naast beschermen van de natuur tegen de toeristische druk, wordt het cultureel erfgoed ook beschermd door in het nationale park te investeren.

Dat doet het nationaal park op geheel Italiaanse wijze, namelijk door wijnboeren gratis flessen te verstrekken, en palen met draden waar de druiven langs kunnen groeien, en ze op deze manier te ondersteunen om de wijnbouw activiteit gaande te houden. Ook worden er vakmensen in gezet die de dry stone walls repareren, restaureren en stabiliseren.

Zoneringsuitdagingen

Waar bewoners eerst sceptisch stonden tegenover het idee van een nationaal park in de achtertuin, zijn er met de gestegen inkomsten voor voornamelijk landbouw en de directe steun vanuit het nationale park nu vooral voorstanders van het park. Als er misstanden in het park zijn, worden deze vrijwel altijd gemeld door bewoners. Wel wordt er gemopperd dat de staf van het nationale park vooral goed is in de communicatie naar buiten toe, maar niet zozeer in de communicatie naar de bewoners toe. Er is dan ook geen georganiseerd overleg met bewoners, en de voorbeelden die ze geven over interactie met bewoners zijn inderdaad erg ad hoc georganiseerd. Zo weten veel van de bewoners niet wat het nationaal park nu precies doet om de terrassen in stand te houden. Dit staat overigens in schril contrast met de steun vanuit de bewoners voor de toeristen stroom voor de dorpen zelf: iedereen die we spreken wil minder bezoekers in Cinque Terre, omdat het op deze manier niet meer de juiste beleving is. De staf van het nationale park wil vooral de bezoekers verspreiden over de paden, want ook daar worden logischerwijs de paden het dichtst bij de dorpen overbelast, terwijl er vele paden zijn waar maar een paar mensen per dag komen. De les is dat grote toeristen stromen naar een gebied niet één op één te vertalen is naar het kunnen sturen van toeristen stromen: de toeristen komen voor de dorpen, en het nationale park probeert de immense stromen zo goed en zo kwaad als het gaat te verdelen over de vele paden. Zelfs daar is een concentratie van mensen dicht bij de dorpen, met deze grote aantallen, door het park management niet te voorkomen.

Organisatie van stakeholders in verband met lokale wijn promotie

In het Italiaanse landschap wordt niet veel samengewerkt is onze indruk. De cultuur in combinatie met een misstap van de vorige directeur van het nationale park maken dat er weinig vernieuwing is in de aanpak en activiteiten sinds 2010. Wat al eerder is geregeld is de samenwerking van vele kleine wijnboeren die het hoofd niet meer boven water konden houden, en sinds 1982 samenwerken. Zij er hebben zich verenigd in de Cantina Sociale en verwerken hun oogst gezamenlijk tot streek wijn. Het nationale park wordt gevraagd hen te ondersteunen om deze ook in de lokale horeca gelegenheden te vermarkten, zodat ook op deze manier weer het culturele en landschappelijke erfgoed gezamenlijk behouden blijft. De wijn is herkenbaar aan het Cinque Terre logo. Ook wordt er op beperkte schaal de exclusieve Sciacchetra wijn geproduceerd. Op de website van het park worden deze beide wijnen, en andere lokale producten direct aangeprezen.

Wat moeilijk is, is om jonge mensen te motiveren dit beroep op te pakken: het is zwaar werk, op moeilijk begaanbare plekken tot 30 meter boven zeewaterniveau, en levert weinig op. Jongeren werken liever in het toerisme dan op de heuvels. Toch heeft het nationaal park de ambitie uitgesproken om 300 tot 400 hectares wijngaarden weer in ere te herstellen rondom de dorpen. Het nationaal park moedigt, als een soort lokale makelaar, wijnboeren aan om op ongebruikte stukken land hun productie uit te breiden, en zo de terrassen in stand houden. Ze beroepen zich hier op een wet uit 1970 waarbij ongebruikte stukken land na 30 jaar ingevorderd mogen worden.