



HAL
open science

Espace local et acteurs du tourisme dans le développement territorial et touristique: Le cas de la région Apuseni, Roumanie Occidentale

Mariana-Andreea Chindris

► **To cite this version:**

Mariana-Andreea Chindris. Espace local et acteurs du tourisme dans le développement territorial et touristique: Le cas de la région Apuseni, Roumanie Occidentale. Géographie. Université d'Angers; Universitatea Alexandru Ioan Cuza (Iasi, Roumanie), 2015. Français. NNT: 2015ANGE0035 . tel-01475749

HAL Id: tel-01475749

<https://theses.hal.science/tel-01475749>

Submitted on 24 Feb 2017

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Thèse de Doctorat

THÈSE en cotutelle internationale présentée par :
Mariana Andreea CHINDRIȘ

*Mémoire présenté en vue de l'obtention du
grade de Docteur de l'Université Alexandru Ioan Cuza de Iași/Université d'Angers
sous le label de L'Université Nantes Angers Le Mans*

École doctorale : DEGEST (Droit, Economie-Gestion, Sociétés, Territoires) Nantes Angers Le Mans

Discipline : GÉOGRAPHIE

Spécialité : GÉOGRAPHIE

Unité de recherche : Laboratoire ESO-Angers

UMR CNRS 6590 Espaces et Sociétés (ESO)

5 bis, boulevard Lavoisier – 49045 ANGERS Cedex 1

Soutenue le 1er décembre 2015

Espace local et acteurs du tourisme dans le développement territorial et touristique - Le cas de la région Apuseni, Roumanie Occidentale -

JURY

Rapporteurs : Ioan IANOȘ, Professeur des universités, Université de Bucarest, Roumanie
Nicolas BERNARD, HDR, Université de Brest

Directeur de Thèse : Corneliu IAȚU, Professeur des universités, Université de Iași, Roumanie
Co-directeur de Thèse : Philippe VIOLIER, Professeur des universités, Université d'Angers

REMERCIEMENTS

« Sans le travail, le bateau de l'existence des humains n'est pas en équilibre ». (Stendhal)

Cette thèse n'aurait jamais pu voir le jour sans le soutien, les encouragements et le guidage des nombreuses personnes qui m'ont entouré pendant ces trois années, je tiens ici à remercier chaleureusement :

Monsieur le Professeur Corneliu IAȚU, de l'Université d'Iași,

- qui a accepté ce travail, qui a eu une double confiance en moi et pour sa patience.
- Premièrement, je venais d'une autre université : j'avais fini mes études à Cluj-Napoca à l'Université Babeș-Bolyai dans le cadre de mon master de recherche en 2012 et la licence en tourisme en 2010.
- Deuxièmement pour m'avoir confié, en première année de thèse, des cours comme vacataire en L1 à l'Université d'Iași, Faculté de Géographie.

Monsieur le Professeur Philippe VIOLIER de l'Université d'Angers,

- qui a accepté ce travail de thèse en cotutelle, un voyage scientifique ponctué de beaucoup d'étapes, de séjour à Angers en toutes saisons, avec beaucoup d'échanges et discussions sur la recherche scientifique en tourisme toutes très enrichissantes.
- Merci pour votre disponibilité, la confiance de m'avoir aussi permis d'enseigner comme vacataire en L1 et M2 au sein de l'UFR Ingénierie du Tourisme, du Bâtiment et des Services de l'Université d'Angers, à Cholet et Saumur.
- Ce fut vraiment pour moi, une magnifique expérience avec les étudiants.

Grande reconnaissance à mes directeurs de thèse qui m'ont permis de faire ce voyage scientifique pour mes recherches et pour tout c'est qu'ils m'ont apporté.

Mes remerciements à la commission de suivi de thèse de Roumanie, à savoir :

À Messieurs Octavian GROZA, Ionel BOAMFĂ et Madame Oana STOLERIU pour leurs recommandations et conseils qui m'ont aidé à mieux suivre ma voie dans mes investigations.

Merci à Monsieur Ioan IANOȘ et à Madame Isabelle SACAREAU, membres de mon jury comme personnalités extérieures qui ont accepté d'accompagner mes travaux. Merci à Monsieur Ioan IANOȘ et Monsieur Nicolas BERNARD, rapporteurs, pour avoir accepté d'évaluer cette thèse.

Au sein de l'équipe de l'ESTHUA, pour l'aide apportée lors de mes recherches, mes remerciements vont à :

À Madame Anne REY surtout pour mes questions de méthodologie concernant le logiciel Sphinx,

À Madame Ekaterina Andreeva-JOURDAIN pour ses encouragements et échanges,

À Messieurs et Mesdames, Benjamin TAUNAY, Vincent GUIBERT, Vincent COEFFE, Laurence MOISY lors de mon séminaire de recherche en tourisme de novembre 2014 à l'ESTHUA ou dans le cadre de mes démarches administratives :

À Mesdames Elsa VINCENT, Françoise HOUDEBINE, Christine GILLAUX, Laurence LEPICIER dans mes recherches au centre de documentation et recherche de l'ESTHUA.

Merci à l'équipe d'ESO Angers pour l'accueil dans le cadre de son équipe, également à Monsieur Philippe DUHAMEL et Emmanuel BIOTEAU durant mes stages ERASMUS à Angers.

Je remercie beaucoup Madame Catherine BARRETEAU, responsable Erasmus, pour sa disponibilité et l'efficacité de son travail ; pour m'avoir permis des séjours très agréables à Angers, enfin à l'équipe du collège doctoral d'Angers, Madame Catherine LEFEBVRE et Madame Karine COUTURIER, pour les démarches administratives de la cotutelle.

Lors de mon travail de terrain je remercie et salue les personnes qui m'ont aidée pour mes enquêtes : à Bihor Monsieur Mihai OLENICI, chef de programmes écotouristiques en Apuseni, le directeur du Parc Naturel Apuseni, Alin MOȘ pour sa disponibilité, Radu Mititean de l'association Napoca de Cluj-Napoca, aux conseillers qui m'ont donné des informations pour mes entretiens.

Merci à mes amis doctorants qui m'ont entourée pendant ces trois années avec des conseils, remarques et encouragements : Aliona, Diana (Iași), ainsi que les autres collègues que j'ai croisés pendant mes années de thèse à Angers. Je mentionne aussi les doctorants avec qui j'ai échangé des idées et pour leur soutien lors de mes participations aux journées d'études et séminaires à Nantes, Poitiers et Paris : Dalila, Nassima, Victoria.

Merci en particulier à mes amis très chers, Lydia BLOCH qui a pris le temps de me relire et d'évaluer mon travail, à Héloïse doctorante de l'Université de Paris, à Léonie, doctorante de l'Université de Yaoundé (Cameroun), ainsi qu'à Fred et Roger.

Enfin je remercie chaleureusement ma famille, notamment mon fiancé Mihai, mes parents et mon frère, pour leur attitude positive et le soutien qu'ils m'ont apporté lorsque je me sentais perdue dans mon travail.

Encore une fois : un grand merci à tous et à toutes qui m'ont soutenu tout au long de mon parcours universitaire très complexe aux universités de Roumanie (Cluj-Napoca et Iași) et de France (Strasbourg et Angers).

SOMMAIRE

<i>Résumé</i>		2
<i>Remerciements</i>		3
<i>Liste des acronymes</i>		9
<i>Liste des illustrations</i>		10
<i>Liste des tableaux</i>		14
INTRODUCTION		16
PREMIÈRE PARTIE APPROCHE CONCEPTUELLE ET PRÉSENTATION DE LA RÉGION APUSENI		35
CHAPITRE I	Acteur et système d'acteurs	37
	1.1. La notion d'acteur	38
	1.1.1. La collaboration d'acteurs	39
	1.1.2. La communication d'acteurs	41
	1.2. Tourisme comme système ?	41
	1.2.1. Le système	43
	1.2.2. Différents systèmes dans la littérature	44
	1.2.3. Le cluster touristique	45
CHAPITRE II	Les stratégies d'acteurs	48
	2.1. La politique du tourisme en Roumanie	48
	2.2. Les stratégies touristiques	50
	2.2.1. La notion de stratégie	50
	2.2.2. Les stratégies du Conseil Général	51
CHAPITRE III	La région touristique Apuseni	56
	3.1. La région, un concept ambigu	56
	3.1.1. La notion de région en Roumanie	56
	3.1.2. La notion de région en France	58
	3.2. La dimension régionale des Monts Apuseni	60
	3.2.1. La zone touristique des Monts Pădurea Craiului	61
	3.2.2. La zone touristique des Monts Bihor	65
	3.2.3. La zone touristique des Monts Trascău	81
	3.2.4. La zone touristique des Monts Métallifères	84
	3.2.5. La zone touristique des Monts Codru Moma	87
	3.3. La population de la région Apuseni	88

DEUXIÈME PARTIE ANALYSE APPLIQUÉE À LA RÉGION APUSENI 94

CHAPITRE IV	Méthodologie de l'enquête	95
	4.1. La méthodologie du questionnaire	98
	4.1.1. La conception du questionnaire	98
	4.1.2. L'échantillon	103
	4.1.3. Les variables	104
	4.1.4. Traitement du questionnaire	105
	4.1.5. Les méthodes appliquées avec le logiciel Sphinx	106

CHAPITRE V	Les pratiques touristiques	107
	5.1. Le profil de touristes	107
	5.2. Les modalités de voyage	117
	5.3. Une pratique dominante par la découverte	124
	5.4. Le mode d'information des touristes	132
	5.5. Les tendances générales des différentes variables	134

TROISIÈME PARTIE LA GOUVERNANCE DES ACTEURS DANS LA RÉGION APUSENI 138

CHAPITRE VI	La méthodologie de l'entretien	139
	6.1. L'entretien	139
	6.2. Le guide de l'entretien	141
	6.3. L'analyse des entretiens	141

CHAPITRE VII	Qui sont les acteurs du tourisme de l'espace local ?	143
	7.1. L'inventaire des acteurs en Roumanie	143
	7.2. Acteurs institutionnels au niveau national	147
	7.3. Au niveau régional, les régions du développement	151
	7.4. Au niveau départemental	152
	7.4.1. Le conseil général	153
	7.4.2. La mairie	155
	7.5. Au niveau local	155
	7.5.1. Le Groupe d'Action Local	156
	7.5.2. La société civile	159
	7.5.3. La communauté scientifique	171
	7.6. Les acteurs institutionnels du tourisme	172
	7.6.1. Les centres d'information et de promotion du tourisme	172
	7.7. Les acteurs entrepreneurs	177

	7.7.1. Les tour-opérateurs	178
	7.7.2. Les acteurs de l'hébergement	180
	7.7.3. Les acteurs de transport	182
CHAPITRE VIII	Une région gouvernée par les acteurs ?	185
	8.1. Atomisation d'acteurs entrepreneurs	185
	8.2. Les pouvoirs publics	186
	8.3. Le système d'acteurs	187
	8.4. L'analyse des entretiens	187
CONCLUSIONS		193
BIBLIOGRAPHIE GÉNÉRALE		196
ANNEXES		205
Table de matières		232

Liste des acronymes

AE	Apuseni Experience
AER	Association d'Écotourisme en Roumanie
ANT	Autorité Nationale du Tourisme
ANAT	Autorité Nationale des Agences de Voyage et Tourisme
ARD	Agences régionales de développement
CET	Centre d'Ecologie et Tourisme
CIT	Centres d'information et promotion du tourisme
EDEN	European Destination of Excellence
GAL	Groupe d'Action Locale
INS	Institut National de Statistique
OECD	Organisation de coopération et de développement économiques
ONG	Organisation non gouvernementale
OVR	Opération Village Roumains
PHARE	Pologne Hongrie Aide à la reconstruction économique
PME	Petites et moyennes entreprises
PNA	Parc Naturel Apuseni
SAPARD	Programme spécial d'adhésion pour l'Agriculture et le Développement Rural
TO	Tour-opérateur
UAIC	Université « Alexandru Ioan Cuza » de Iași
UE	Union européenne

* Dans le cadre de cette thèse peuvent apparaitre des particularités spécifiques à la langue roumaine. Ex. Iași, Roșia Montană etc.

Liste des illustrations

Figure no 1 La situation géographique de la région Apuseni	23
Figure no 2 La région Apuseni : carte des communes	26
Figure no 3 Système d'acteurs de l'espace, selon Bernadette (2002)	44
Figure no 4. Exemple de système d'acteurs en Saint-Jean-de-Monts, selon Philippe Violier (2003)	45
Figure no 5 Exemple de cluster tourisme construit dans une logique de coproduction, selon Clergeau, Violier (2013)	46
Figure no 6. Les acteurs du système touristique en Roumanie	49
Figure no 7. L'implémentation de la stratégie dans le C.G.	51
Figure no 8. Les stratégies induites par les objectifs	53
Figure no 9 La Région Apuseni	60
Figure no 10 Gorges Vadu Crişului	62
Figure no 11 Grotte Vadu Crişului	62
Figure no 12 Cascade Moara Dracului	63
Figure no 13 Barrage Drăgan	63
Figure no 14 Entrée dans la grotte Meziad	64
Figure no 15-16 Stalagmite	64
Figure no 17 La réserve avec la libellule	65
Figure no 18 Des cristaux dans la Grotte Farcu	65
Figure no 19 Le Lac Vărăşoia	66
Figure no 20 Vue du sommet Vărăşoia	66
Figure no 21 La Grotte « Focul Viu » –aménagement touristique	67
Figure no 22 La Grotte « Focul Viu »	67
Figure no 23-24 Vue panoramique Pietrele Galbenei	67

Figure no 25-26 L'Aven Bortig	69
Figure no 27 Le Lac Noir « Negru »	69
Figure no 28 Entrée dans la Grotte Noir « Neagră »	69
Figure no 29 Végétation luxuriante à Groapa Barsa	60
Figure no 30 Petite doline	70
Figure no 31 La porte d'entrée à Cetățile Ponorului	70
Figure no 32 Accès à la Doline II depuis le Portail	70
Figure no 33 les Balcons de la Doline III	70
Figure no 34 Le gîte Cetățile Ponorului	71
Figure no 35 La zone de camping « La grajduri »	71
Figure no 36 « Izbucul » Galbena	72
Figure no 37 Cascade « Evantai »	72
Figure no 38-39 Gorges Galbenei	72
Figure no 40 La Prairie des Fleurs	72
Figure no 41 L'entrée dans la grotte Scărișoara	73
Figure no 42 Le glacier Scărișoara	73
Figure no 43-44 Gorges Ordâncușii	74
Figure no 45 Grotte « Poarta lui Ionele »	74
Figure no 46 Colonie de chauves-souris	74
Figure no 47 Dôme stalagmite « Capita »	75
Figure no 48 Salle dans la grotte	75
Figure no 49 Hameau Casa de Piatră	76
Figure no 50 Izbucul Tăuz	76
Figure no 51 L'entrée dans la grotte Coiba Mare	76
Figure no 52-53 Musée Pătrăhăițești	77
Figure no 54 Cascade Pătrăhăițești	77

Figure no 55 Station du ski Vârtop	78
Figure no 56 Cascade Vârciorog	78
Figure no 57-58 Groapa Ruginoasa	78
Figure no 59-60-61-62 Les galeries dans la grotte d'Ours	80
Figure no 63 Grotte Cetățile Rădesei	81
Figure no 64 Gorges Cetățile Rădesei	81
Figure no 65-66 La Ruelle de Papară	82
Figure no 67 Gorges Râmețului	82
Figure no 68 Monastère Râmețului...	82
Figure no 69 Gorges Turzii	83
Figure no 70 Escalade dans les Gorges Turzii	83
Figure no 71 Gorges Vălișoara	83
Figure no 72-73 La foire des filles à Mont Găina	84
Figure no 74-75 La Colline des Escargots	85
Figure no 76-77 Exposés dans le musée Brad	85
Figure no 78 Detunata Goală	86
Figure no 79 Detunata Flocoasă	86
Figure no 80 La distribution spatiale de la population en 2011	90
Figure no 81 La construction de la méthodologie	97
Figure no 82 Les sites visés pour l'enquête pendant l'été 2014 /2015	100
Figure no 83 Les pays émetteurs des touristes interrogés	108
Figure no 84 Origine des touristes roumains selon les départements	109
Figure no 85 Origine des touristes roumains selon les villes	110
Figure no 86 L'âge d'enfants	119
Figure no 87 Le moyen de transport	121
Figure no 88 La réservation de l'hébergement	123

Figure no 89 Le mode d'hébergement	124
Figure no 90 Sites visités pendant le séjour	126
Figure no 91 Le nombre d'arrivées de touristes dans les communes situées dans P.N.A. – Département d'Alba	146
Figure no 92 Le nombre des arrivées de touristes dans les communes situées dans le P.N.A. - Département de Bihor	146
Figure no 93 Le nombre d'arrivées touristiques dans les communes situées dans P.N.A.- Département de Cluj	147
Figure no 94. L'organisation du Ministère du Tourisme, Source : OECD (2014), OECD Tourisme Trends and Policies 2014, OECD Publishing	150
Figure no 95 Les Groupes d'Action Locale en Apuseni	158
Figure no 96 La distribution spatiale des ONG	160
Figure no 97 Les centres nationaux d'information et promotion du tourisme en Apuseni	176
Figure no 98 La capacité d'accueil en 2014, source : INS Roumanie (2014)	180

Liste des tableaux

Tableau no 1 La population des communes	90
Tableau no 2 Les guides touristiques étrangers	101
Tableau no 3 Les guides touristiques roumains	102
Tableau no 4 Les questions fermées du questionnaire	104
Tableau no 5 Les questions ouvertes du questionnaire	105
Tableau no 6 Tableau des villes	109
Tableau no 7 Avez-vous la nationalité roumaine ?	110
Tableau no 8 Quel est le but de votre venue ou de votre séjour en Apuseni ?	111
Tableau no 9 Durant le séjour	112
Tableau no 10 Vous venez ici pour	113
Tableau no 11 Décision	113
Tableau no 12 Budgets journaliers prévus	114
Tableau no 13 ÂGE	115
Tableau no 14 Genre M/F	115
Tableau no 15 Si 'Oui', quel est votre métier ?	116
Tableau no 16 Comment avez-vous préparé votre voyage	117
Tableau no 17 Avec qui êtes-vous venue (e) ?	117
Tableau no 18 Nombre d'adultes	118
Tableau no 19 Nombre d'enfants	118
Tableau no 20 Combien de jours êtes-vous dans la région ?	119
Tableau no 21 Combien de temps pendant le séjour ?	120
Tableau no 22 Distance parcourue par jour	121
Tableau no 23 Mode de restauration	122
Tableau no 24 Quel mode d'hébergement ?	122
Tableau no 25 Ce que vous allez faire	124
Tableau no 26 Intention de visite	125
Tableau no 27 Modalités de découverte de ces sites	126
Tableau no 28 Combien des sites visitez-vous	127
Tableau no 29 Quel type d'activités touristiques	128

Tableau no 30 Activités sportives effectuées	128
Tableau no 31 Activités culturelles	129
Tableau no 32 Activités 2 gastronomiques	129
Tableau no 33 Plaisir	130
Tableau no 34 Déplaisir	130
Tableau no 35 Souhaitez-vous revenir	131
Tableau no 36 Pourquoi ?	131
Tableau no 37 Degré de satisfaction	131
Tableau no 38 Recommandation à donner à un(e) ami(e) avant de venir en Apuseni	132
Tableau no 39 Source d'information	133
Tableau no 40 Source d'information sur place, variable « autre »	133
Tableau no 41 L'orientation et l'information dans l'espace	133
Tableau no 42 Le site associé à l'identité d'Apuseni ?	134
Tableau no 43 Les éléments les plus importants d'Apuseni	135
Tableau no 44 Le site qui s'associe pour Apuseni	136
Tableau no 45 La grilles d'acteurs en Roumanie	143
Tableau no 46 Organisation administrative et organisations touristiques territoriales	153
Tableau no 47 Informations sur la société civile d'Apuseni	169

INTRODUCTION GÉNÉRALE

1. Le contexte scientifique international des recherches dans le domaine du sujet

Les Monts Apuseni, avec un cadre naturel de qualité, ont toujours attiré l'attention de plusieurs scientifiques, y compris les géographes, qui ont traversé ces Monts et ont essayé, à travers leurs écrits, de marquer les réalités trouvées. Le paysage exceptionnel des Monts Apuseni attire les touristes et leur offre un cadre idéal pour pratiquer des activités touristiques.

Le tourisme participe à l'organisation de la société, à la croissance économique d'une région et donc d'un pays, en outre avec des connotations politiques non négligeables (Ciangă N., Deszi Șt. 2007).

En termes de pratiques touristiques qui impliquent « dynamisme et quantité » (Iașu C., Muntele I., 2006) nous allons analyser le nombre de touristes en fonction de leur localisation sur le territoire et les séjours qu'ils font.

Ce type de « mobilité géographique de la population » peut être analysé par le séjour effectué des touristes (la durée du séjour, la motivation pour visiter un site, l'intention du touriste de visiter d'autres attractions touristiques, etc.). Le concept de « mobilité », « mobilité touristique » en français, « mobilis » en latin, se réfère aux modes de déplacement des individus dans un espace défini, ainsi ce concept en géographie se rapporte à l'étude des infrastructures de transport et d'autres éléments (mode de déplacement des individus, des moyens de transport, moyens d'accès aux destinations touristiques (Enaux, C., 2009))¹.

Afin d'établir le caractère de ces mouvements, sont pris en compte de nombreux facteurs, dont certains d'une importance particulière pour l'étude des flux touristiques. On peut mentionner : les caractéristiques sociodémographiques des touristes, la catégorie socioprofessionnelle, le budget de vacances, les dépenses des touristes, les caractéristiques géographiques comme le lieu de provenance pour la détermination des zones émettrices et

¹ Enaux C., « Processus de décision et Espace d'activités/déplacements. Une approche articulant routine cognitive et adaptation événementielle », *Cybergeo : European Journal of Geography* [En ligne], Espace, Société, Territoire, document 453, mis en ligne le 30 avril 2009.

celles réceptrices de touristes, les pratiques touristiques elles-mêmes.

La présence de différents acteurs et l'attractivité du territoire par ses ressources naturelles et culturelles, des activités culturelles ou activités de loisirs spécifiques créées pour pratiquer le tourisme rural fait partie du vaste processus de valorisation du territoire et de ses ressources.

Le milieu naturel revêt une importance particulière pour le phénomène touristique de sorte que son exploitation peut générer des conditions favorables à la promotion du territoire et donc attirer un nombre important de touristes, pour contribuer au bien-être de la population locale et la dynamisation des acteurs dans le développement territorial à travers le recueil des fonds et la mise en œuvre des projets au niveau local.

Si dans la littérature spécialisée en France la relation entre l'acteur et le touriste, est bien approfondie par les auteurs (Cazes, 1992, 2000 ; Violier, 2007, 2011 ; Knafou & Stock 2008), dans la littérature roumaine cette thématique concernant cet aspect est moins bien détaillée, mais la nature du phénomène du tourisme a été abordée par des auteurs (Talabă 1991, Cocean 1997, Ciangă 1998, Glăvan 2000, Muntele & Iațu 2006).

Les concepts de base qui doivent être approfondis et que nous voulons analyser pendant cette étude sont les suivants : acteur, cluster, stratégie, tourisme, territoire, mobilité, développement territorial.

Indépendamment des significations attribuées aux concepts de « tourisme » et « touriste », on ne peut pas perdre de vue le nombre croissant d'individus qui passent leur temps libre loin de leur lieu de résidence. Le tourisme représente une mobilité complexe, aujourd'hui en pleine expansion. Nous sommes témoins d' « un tourisme de masse mondialisé »², ayant des connotations importantes dans les domaines de la vie sociale, économique et psychosociale. Il serait donc utile d'aider à l'organisation des loisirs pour les individus qui effectuent des déplacements.

Ainsi, nous pouvons affirmer que ce phénomène est un élément important du comportement humain (augmentation du niveau de vie, augmentation des vacances) dans la civilisation contemporaine (Muntele, Iațu, 2006, p.12).

Il est difficile de définir la notion de « phénomène du tourisme ». L'Organisation mondiale du tourisme définit le tourisme comme représentant « les activités des personnes

² Duhamel P., Kadri B., (2011), *Tourisme et mondialisation, Mondes du Tourisme*, Editions Espaces tourisme et loisirs, Paris, p.7.

qui voyagent en dehors de leur maison moins d'une année consécutive de loisirs, d'affaires et autres motifs non reliés à la création d'une activité rémunérée dans le lieu visité »³. Il existe actuellement de nombreuses définitions de ce phénomène, les auteurs de la géographie du tourisme ont une vision différente sur cette question.

Donc, pour l'auteur Cocean, P., (2007) le tourisme « représente un phénomène social, une poursuite de l'expansion économique générée par la nécessité humaine de la connaissance, des loisirs et de la récupération physique et mentale dans une civilisation exigeante, mais avec des possibilités matérielles de qualité supérieure pour la plus grande part de la population ». Les auteurs Muntele, Iațu, (2006) considèrent le tourisme comme un phénomène qui représente une mobilité menée par des individus dans la poursuite d'activités de loisirs.

Étymologiquement, le mot tourisme est dérivé du « tourisme » en anglais pour décrire « le désir de voyager avec plaisir »⁴. Ce mot est apparu en anglais en 1800 et désigne l'individu qui a fait « Le Grand Tour » circuit qui commence à Rome en Italie. Ce terme est emprunté au français du XIV siècle (Boyer, 1996, p.28).

Boyer M., 2007, propose une autre définition du « tourisme », « le tourisme est né comme saisonnier et c'est le piège initial »⁵, par conséquent, ce phénomène a un caractère saisonnier, dans ses périodes estivales (en hiver dans les Monts, en été dans les stations touristiques -souvent à la mer-). Le même auteur affirme que « le tourisme est un ensemble de phénomènes à la suite de voyages et de loisirs, de séjours temporaires des gens en dehors de leur lieu de résidence à des fins de loisirs, un des besoins culturels des civilisations »⁶. Le concept de tourisme peut être associé à la notion de mobilité d'une personne qui s'est impliquée dans un changement : un changement de lieu hors de la maison dans un but de loisirs (Muntele, Iațu, 2006, p.12).

Pour définir le touriste, on peut prendre en compte les définitions données par les dictionnaires français. En 1875, le dictionnaire Larousse, comme Le Petit Robert, propose la définition suivante du touriste « personne qui se déplace pour une curiosité et un plaisir » ; « personne qui s'est déplacée, voyage pour son plaisir »⁷.

Intéressante est la définition donnée par les auteurs Knafou et Stock (2003), selon qui

³ <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary>

⁴ Vainopoulos R., Mercier S., (2009), *Le tourisme*, Editions Le Cavalier Bleu, Paris, p. 5.

⁵ Boyer M., (1996), *L'invention du tourisme*, Gallinard, Paris, p. 45.

⁶ Boyer M., (2007), *Le tourisme de masse*, Le Harmattan, Paris, p. 9

⁷ Josette Rey-Debove, Rey A., *Le Robert*, (2010), Le nouveau petit Robert : dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française, Nouvelle édition du Petit Robert de Paul Robert

« le tourisme est un système d'acteurs, des pratiques et d'espaces qui participent à la récréation des individus par le déplacement et l'habiter temporaire hors des lieux du quotidien »⁸. Dans le contenu de cette définition, il est essentiel de comprendre d'autres notions claires du tourisme : -acteurs-, -pratiques- et -espaces- y compris « les voyages effectués par des individus vers un autre endroit et a un moment différent, dans un lieu différent de la maison, en entreprenant des activités de tourisme ayant des connotations importantes dans l'activité économique »⁹. Le tourisme est un phénomène social qui mobilise les gens pour les loisirs.

Également dans leur sens, le tourisme de la littérature scientifique est considéré comme un phénomène qui est basé sur les pratiques de tourisme, comme en témoigne le déplacement (Knafou & Stock, 2003, p.932).

Selon la définition donnée par les auteurs Knafou & Stock, le tourisme est l'un des ensembles dans un système avec des composants : « les touristes, les lieux touristiques et les réseaux les pratiques, les lois et autres valeurs des institutions sociales »¹⁰. Selon les mêmes auteurs, l'acteur est un organisme privé ou public, une personne physique ou morale, agissant selon les besoins spécifiques des compétences stratégiques, la capacité d'agir avec d'autres acteurs ayant des compétences stratégiques.

Les auteurs Cazes, (1992), Knafou & Stock (2003) effectuent une analyse selon laquelle le tourisme est « un système d'acteurs ». Dans l'acceptation du premier auteur, le tourisme englobe trois systèmes « un système d'acteurs, un système d'images et un système d'espaces »¹¹, et dans la vision des deux auteurs le tourisme est vu différemment. Selon eux, le tourisme est étroitement lié aux pratiques des acteurs du tourisme (mobilité) et aux lieux touristiques dans un système, à des fins de loisirs -c'est-à-dire pour la récréation des individus- (Violier, P., 2011). Les mêmes auteurs ont identifié le tourisme comme un système qui inclut les acteurs, les lieux touristiques et les pratiques des individus dans l'espace.

Cet espace a pour objectif de rassembler les acteurs qui sont impliqués dans le territoire de promotion touristique: acteurs directs dans le tourisme (hébergeurs, restaurants, voyagistes, agents de voyages, agences de transport pour ou vers une destination), acteurs indirects (musées, les entreprises de divertissement ou de loisirs, le shopping et l'artisanat, les

⁸ Levy J., Lassault M., (2003), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Edition Belin, Paris, p. 932

⁹ Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework, Eurostat, OECD, WTO, UNSD, 2001.

¹⁰ Levy J., Lassault M., (2003), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Edition Belin, Paris, p. 932

¹¹ Cazes G., (1992), *Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs*, Rosny-sous-Bois, Bréal, p.65.

banques, les services de santé offerts aux touristes, etc.) et des acteurs territoriaux (universités, centres de recherche, parcs régionaux, les acteurs aux niveaux local, départemental et régional) .

En 2007, le dictionnaire Larousse donne deux définitions du mot « acteur » comme « personne dont la profession est d'être l'interprète de personnages à la scène ou à l'écran, comédie », ou « personne qui participe activement à une entreprise, qui joue un rôle effectif dans une affaire, dans un événement, protagoniste ».

Selon le dictionnaire Le Petit Robert, « l'acteur » signifie « une personne qui intervient dans une zone (municipalité par exemple), les acteurs économiques (agriculteurs, consommateurs, décideurs) ». D'où le rôle que les acteurs doivent avoir : à la fois être mobiles sur le territoire et d'exploiter les ressources locales pour le développement durable, être en relation avec d'autres acteurs d'ordre économique, politique et organisationnel (en tenant compte des décisions au niveau ministériel).

Le tourisme crée une infrastructure différente qui facilite la réception des touristes, savoir les attirer dans la région, de sorte qu'ils doivent élaborer des stratégies de développement et l'organisation de l'espace.

Selon Bernadette, (2002) « le rôle des acteurs dans un espace dépend essentiellement de leur degré de puissance, des moyens disponibles, du degré d'information et de mobilité dans le domaine, des stratégies utilisées, c'est-à-dire la position d'acteur »¹². Le même auteur définit le système d'acteurs composé par l'état (mais aussi des organisations politiques et économiques, des ONG au niveau national ou international), des entrepreneurs, des collectivités territoriales (communes, départements) ou par d'autres acteurs privés impliqués. (Bernadette, 2002, p. 48).

1.1. Motivation du thème choisi

Pourquoi tourisme et acteurs ?

Les acteurs territoriaux sont ceux qui construisent l'image d'une destination touristique pour renforcer l'attractivité de la région pour les touristes. Les acteurs ont pour rôle d'intégrer le territoire dans une politique touristique, afin que dans une optique de

¹² Bernadette M., (2002), *Analyser les territoires, savoir et outils*, 2 édition, Presses Universitaires de Rennes, Rennes, p.49.

développement local elle puisse réaliser un comité de tourisme, des structures municipales (mairies) et des parcs nationaux régionaux (Violier P., 2008, p.132).

Le tourisme est basé sur leur rôle que ce soit les acteurs publics ou privés, même s'il s'agit d'acteurs institutionnalisés ou pourquoi pas, même les acteurs « touristes » souvent oubliés de cette optique. Par conséquent, il était nécessaire que dans cette recherche, l'acteur occupe une place centrale. Compte tenu de ce qui précède, cette recherche expliquera encore le terme « acteur ».

Dans le tourisme, les « acteurs » sont si nombreux qu'ils nécessitent une analyse à part entière. En ce qui concerne les acteurs on va faire une analyse qui va comprendre les types d'acteurs présents dans une zone, leur classification, le rôle de chaque acteur partiellement. L'analyse de la manière dont les acteurs du territoire peuvent promouvoir le tourisme, les relations entre eux, etc. basée sur le postulat que le tourisme est fondé par l'attraction d'un territoire créée par l'image existante (promotion touristique). Un territoire n'est pas seulement touristique, c'est un espace où les acteurs interviennent.

La complexité du sujet provient d'un désir personnel d'étudier le phénomène du tourisme en abordant plusieurs concepts théoriques et scientifiques.

Pourquoi ce sujet ?

L'objectif principal attendu de ce travail de recherche intitulé « *Espace local et acteurs du tourisme dans le développement territorial et touristique* » vient en continuation logique des études, des préoccupations et de l'expérience (stages) personnelle acquise aux Universités Babeş-Bolyai et Strasbourg.

Une autre raison qui renforce le désir d'étudier ce domaine de la géographie humaine est la vision appliquée et interdisciplinaire scientifique des recherches. Dans cette direction, une étude a été menée dans le cadre de mon master de recherche à Strasbourg sur l'analyse des acteurs du tourisme (institutions publiques et privées dans le canton de Fresnes en Woëvre, Meuse, France, plus particulièrement des enquêtes auprès les touristes et la population locale). Cette recherche a été complétée par la réalisation d'un projet concernant le tourisme dans la zone d'étude en collaboration avec le Conseil du départemental de la Meuse.

La complexité de la présente recherche a été motivée principalement par un désir personnel d'étudier le phénomène du tourisme en abordant plusieurs concepts théoriques et scientifiques d'une part : acteurs, cluster, stratégie, région, développement local, économie,

lieux touristiques ; et d'autre part l'expérience des stages pendant mes études, finalement ma connaissance de la région étudiée après des applications pratiques de terrain durant mes études dans les périodes estivales. Avec ces applications pratiques de terrain ont été observés les principaux lieux touristiques en relations directes avec certains acteurs du tourisme (mairies, bureaux et centres d'information touristique, hébergeurs et bases de restauration, d'animation et des loisirs). Ainsi, ont été observées les notions mentionnées ci-dessus dans le domaine du tourisme dans le territoire.

Nous voulons proposer un système d'acteurs pour normaliser la gestion de l'espace rural et des lieux touristiques dans la région Apuseni, tout en améliorant l'offre et la demande touristiques, afin de créer des stratégies touristiques dans l'organisation de ce territoire.

L'analyse des acteurs sera suivie des aspects concernant des enjeux importants d'économie et de développement territoriaux régionaux au niveau du cluster des Monts Apuseni, dans le but d'observer le rôle des acteurs dans leur territoire et les stratégies de promotion du tourisme.

La thématique de ce travail scientifique, ainsi que le territoire d'étude n'a pas été choisi au hasard, mais parce que des études de ce type n'ont pas encore été réalisées en Roumanie à ce jour. Le territoire confère un potentiel touristique culturel et naturel important, en particulier la possibilité d'une approche en détail qui correspond parfaitement à ce qui est demandé dans la présente recherche. Un autre aspect qui a été pris en compte, quand le domaine d'étude a été établi, est le fait que le territoire est bien délimité du point de vue touristique.

Les Monts Apuseni semblent être étudiées dans les œuvres des auteurs P., Cocean en 2005 « Géographie régionale de la Roumanie », les auteurs P. Cocean et all, 2002 « Géographie générale pour le tourisme », « Régionalisation Touristique » dans des études de géographie régionale, dans les recherches sur la géographie du tourisme, les auteurs Glăvan 2000, Cocean 1997, Cocean et all 2002, Cocean 2007, tourisme et patrimoine des auteurs Cocean P., 1995 : « Les grottes de la Roumanie », Căndea & Erdeli, 2001, Cocean P. 2010 avec l'étude du patrimoine en Roumanie.

Ces unités d'étude couvrent d'autres études de géographie sur les régions de Monts et Pays¹³ de Zarand, Moți, Beiuș (thèse de doctorat-monographies), ou des questions abordées

¹³ La notion de « pays » est considéré comme une notion de « région spécifique » pour la Roumanie. Cette notion est vue comme un « espace vécu », « espace social » ou « espace perçu » mais vue comme une cellule périphérique d'une entité historico-géographique. La notion de pays est abordée en tenant compte du point de vue psychologique des personnes qui utilisent la notion. Ce territoire « pays » ne peut pas être considéré comme une région géographique sans que les gens acceptent ses caractéristiques (Ilieș, G., 2007, p.19-20).

en termes de « géomorphologie et tourisme dans les Monts Métallifères ou Trascău » (thèse de doctorat).

1.2. Présentation de la zone d'étude

Notre attention a été attirée par la zone des Carpates Occidentales-Apuseni. La consultation de la documentation bibliographique des études réalisées sur les Carpates Occidentales par les auteurs : V. Glăvan « Tourisme en Roumanie », les œuvres de l'auteur Cocean, P., « Le potentiel économique du relief karstique dans les Monts Apuseni » (1984), « Gorges et défilés des Monts Apuseni » (1988), « Les grottes de la Roumanie » (1995), « Monts Apuseni, processus et forms karstique » (2000), Petres, R., « Tourisme rural dans les Monts Apuseni » (2004) montre l'importance du tourisme dans cette région.

On a ainsi constaté la nécessité d'orienter cette étude vers l'analyse d'acteurs car sont moins étudiés. Par conséquent nous avons étendu notre recherche pour approfondir l'orientation du tourisme vers l'implication d'acteurs dans notre région.

Les Monts Apuseni font partie des Carpates Occidentales qui se situent en continuation des Carpates Méridionales, la séparation étant délimitée par le couloir Timiș-Cerna, le Danube, le Someș et Barcău. Les Monts Apuseni sont délimitées par la vallée du Mures au sud, les vallées Somes et Barcăului au nord. À l'ouest, ils sont marqués par des élévations par rapport à la plaine et une altimétrie peu différenciée par rapport aux Collines de l'Ouest (Figure no 1).

La région Apuseni : situation géographique

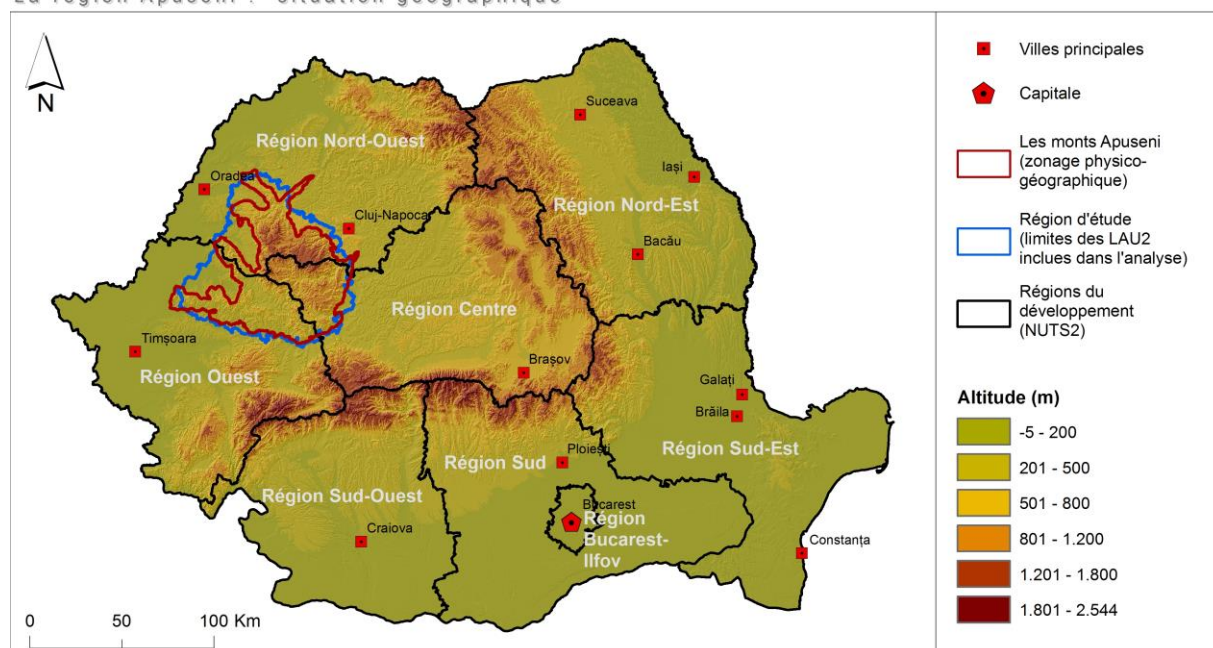


Figure no 1 La situation géographique de la région Apuseni

La région des Monts Apuseni est « une individualité géographique par extension spatiale, qui présente tous les attraits naturels (morphologiques, climatiques, hydrologiques et biogéographiques) et des ressources humaines exceptionnelles dues à une population dense et importante » (Cocean, P., et all 2002)¹⁴.

Les Monts Apuseni présentent « une structure géologique complexe et la présence d'autres facteurs physiques et géologiques de ces Monts, provoque une grande variété des aspects relatifs au paysage. L'absence d'aspect massif est compensée par une forme de relief à grande valeur touristique, comme la topographie karstique, en surface et en profondeur, une forte végétation de qualité anthropique, la présence d'eaux thermales et méso thermales, etc. » (Cocean, P., 2005)¹⁵.

La littérature spécialisée, dans les guides touristiques des Monts Apuseni, les présente comme un ensemble de « formations karstiques le plus grand d'Europe : le plateau de Padiș et les grottes de Scărișoara »¹⁶. La Roumanie est l'un « des hauts lieux de la spéléologie grâce à l'abondance de ses grottes essentiellement situées dans les Monts Apuseni »¹⁷.

a. Cadre intérieure

« Comme une unité territoriale, la région peut être considérée tant pour l'environnement naturel que pour le potentiel de la polarisation humaine (centre, axe) en fonction de l'évolution, spontanée ou dirigée, du développement du territoire » (Cocean, 2007)¹⁸.

Les Monts Apuseni à travers leur dimension géologique présentent un attrait favorable pour encadrer son développement touristique. Les Monts Apuseni sont constitués d'un relief karstique formé par des gorges, des grottes karstiques, plateaux, couloirs, etc. Le territoire Apuseni est composé d'une série de Monts ainsi : Bihor (1849 m sommet Cucurbata), au sud s'élève le massif de Găina et à l'est le massif Gilău et Muntele Mare (1821 m), au Nord, les Monts Bihor sont entourés par le massif Vlădeasa qui est un massif intrusif

¹⁴ Cocean P., Vlasceanu Gh., Negoescu B., (2002), *Geografia generală a turismului*. Editura Meteor Press, București

¹⁵ Cocean P., (2005), *Geografia regională a României*, Ministerul Educației și Cercetării Proiectul pentru Învățământul Rural, p. 86-93

¹⁶ Roumanie, Bulgarie, *Le guide du routard*, Hachette Livre Tourisme, 2011-2012.

¹⁷ Roumanie, Guide Evasion, Edition Hachette Tourisme, 2009.

¹⁸ Cocean P., (2007), *Geografia turismului*, editura a 2-a, Presa Universitară Cluj-Napoca.

(1839 m), au nord des Monts Apuseni, comme un V se connectent les Monts comme un noyau central les Monts Plopiș (918 m dans la Colline Ponor) et les Monts Meseș (996 m en Măgura Priei). Avec l'orientation nord-ouest - au sud-est on trouve les Monts Codru Moma. À l'extrémité sud-est de la région, c'est les Monts Zarand et à l'est sont les Monts Métallifères. À l'est de la vallée Ampoiului se situe les Monts Trascău.

Du point de vue touristique le territoire détient une richesse de ressources naturelles par les grottes et gouffres, un monde souterrain avec ses nombreuses caractéristiques à forte attractivité pour les touristes (La Grotte d'Ours, Meziad, Scărișoara, le complexe des grottes Ponor, Les Gorges Turzii, Les Gorges Ordâncușei, Sohodol, le Défilé Someș Cald, la cascade Răchițele, etc.). À cette région s'ajoute des valeurs culturelles et ethnographiques les secteurs du type « pays » recouvrent le Monts Apuseni, pays comme Pays des Mots, Pays Zarand et Beiuș. Les types de tourisme qui sont adaptés à ce territoire sont le tourisme curatif et culturel, récréatif (randonnée, sports d'hiver, le cyclisme, spéléologie, etc.).

Du point de vue de l'industrie et de l'économie du territoire les activités principales sont l'exploitation minière, la transformation du bois, l'industrie alimentaire, l'agriculture, l'élevage, le tourisme qui valorise l'attractivité des ressources naturelles et culturelles de la région, ont une importance économique.

En termes de transports les Monts Apuseni sont traversés par le chemin de fer, 3 (Bucarest à Bihor), certains chemins de fer secondaires (de Turda à Abrud), de sorte que le réseau routier recoupe largement le chemin de fer.

Du point de vue administratif le territoire des Monts Apuseni est formé de 6 départements : Arad, Alba, Bihor, Cluj, Hunedoara et Sălaj. En ce qui concerne le nombre de communes dans les Monts Apuseni, il s'élève à un total de 140 communes, 13 villes et 1,175 villages.

Dans le cadre du département Alba inclus 4 villes : Abrud, Zlatna, Baia de Arieș, Câmpeni et 33 communes qui sont sur le territoire d'Apuseni ; 5 communes du département Sălaj ; la ville municipale Brad et la station balnéaire Geoagiu Băi avec 23 communes dans le département de Hunedoara ; 19 communes du département de Cluj et la ville de Huedin ; 34 communes de Bihor et 5 villes : Aleșd, Beiuș, Ștei, Nucet, Vașcău; 26 communes d'Arad et la ville de Sebiș. Le nombre total de communes sur le territoire est de 140 d'un point de vue administratif (Figure no 2).

La région Apuseni : carte des communes

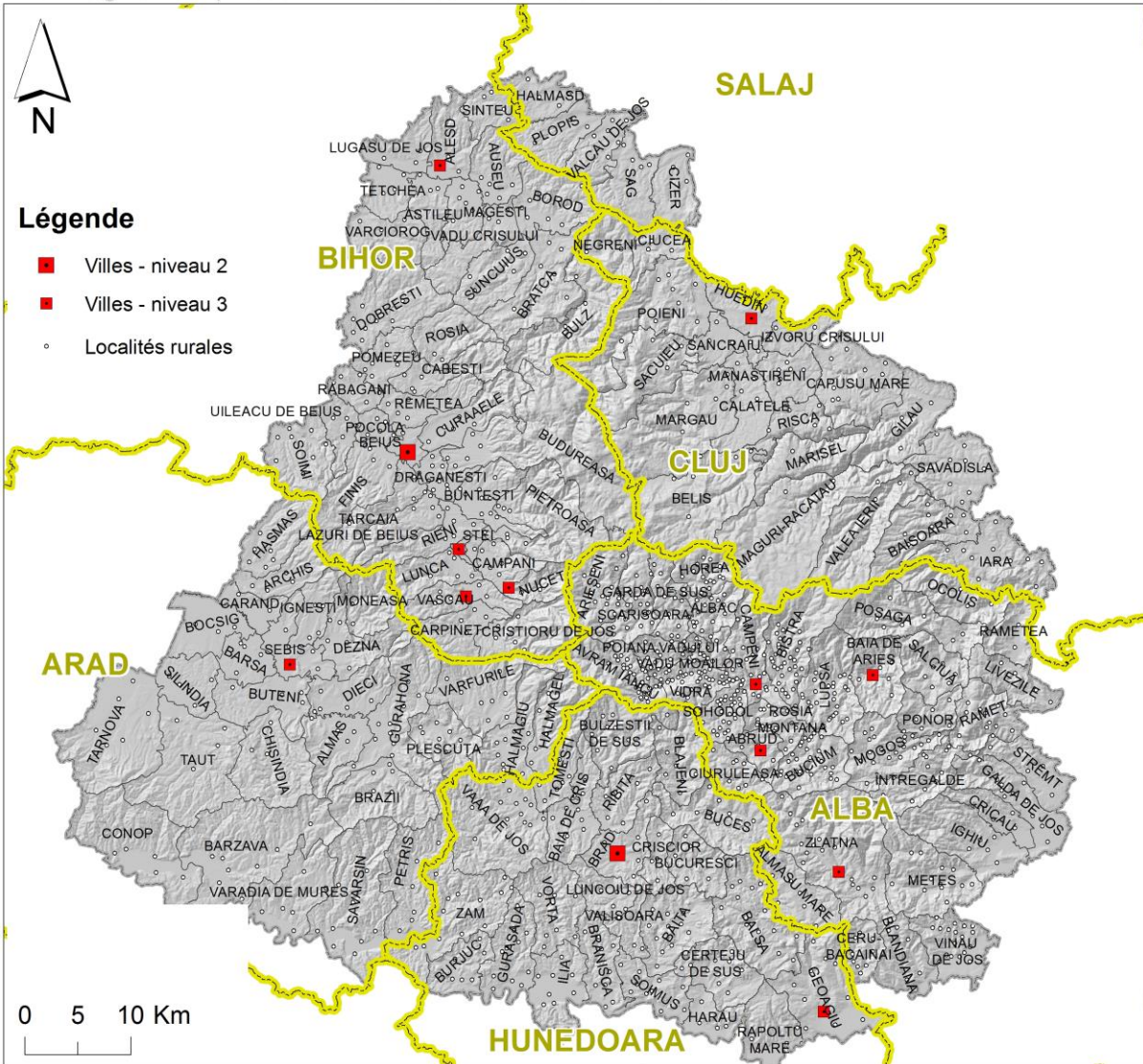


Figure no 2 La région Apuseni : carte des communes

b. Cadre extérieure

Pour avoir une vision de la situation touristique dans cette région, une analyse S.W.O.T est nécessaire. Cette analyse S.W.O.T. est une méthode qui est de plus en plus utilisée dans les études de faisabilité du marché du tourisme, mais aussi dans l'organisation de l'espace géographique touristique. Le nom de cette méthode étymologiquement est dérivé des mots d'anglais : points forts (avantages), weaknesses (faiblesses), opportunities (opportunités), menaces (risques, menaces) (Ilieș, 2007). Dans une analyse de ce genre, nous avons le cadre interne du marché du tourisme, qui mettra en évidence les points forts et les points faibles, dans le cadre externe les opportunités du marché et les menaces visant le développement du

tourisme.

Dans l'intérêt de l'organisation de l'espace des Monts Apuseni, nous identifions les éléments suivants : pour les points forts est pertinente une meilleure utilisation du potentiel touristique des ressources naturelles ou culturelles variées (d'un total de 6000 gorges, 60 seulement sont connus des touristes). D'autres points forts sont mis en évidence par différents types de tourisme dans le territoire : les voyages d'affaires, les loisirs pendant la période d'été, le tourisme de santé, le tourisme de transit. Ainsi, dans la zone de l'ouest d'Apuseni, l'orientation du tourisme est de type balnéoclimatique et traitement, culturel et de loisirs (sports). Dans la station Moneasa le tourisme de loisirs est aussi important que le tourisme balnéoclimatique. Les conditions favorables pour pratiquer une variété de formes de tourisme sur le territoire (randonnée, l'escalade, sport d'hiver et d'été, les loisirs, à court et à long terme, spa, etc.) est un autre force. Le grand nombre de réserves naturelles, des zones protégées et Le Parc National Apuseni sont un autre atout important, également la pratique des arts et métiers traditionnels, foires et événements ethnographiques.

En termes d'infrastructure de transport, la route E60 est incluse dans le réseau européen qui constitue un élément favorable au sein du territoire.

Outre les points forts du tourisme rural des Monts, il y a beaucoup de faiblesses. Parmi lesquelles :

- l'offre touristique peu diversifiée,
- l'absence de grands monuments nationaux ; ils sont surtout concentrés dans la zone de Bihor ;
- des partenariats publics-privés insuffisants dans les départements ;
- le manque de communication appropriée, l'indication des attractions existantes aux touristes par les autorités ;
- l'absence d'une autoroute ce qui réduit considérablement le nombre de touristes étrangers ;
- l'infrastructure générale dans les zones rurales est insuffisamment modernisée ;
- le transport public est sous-développé parfois absent ;
- le manque de confiance de la population dans le potentiel du tourisme rural de la région ;
- une gamme restreinte de produits touristiques de qualité relativement faible et les services touristiques pour les soutenir ;
- le faible degré de panneaux indicateurs des attractions touristiques ;

- l'accès limité pour les personnes à mobilité réduite dans de nombreux hébergements ;
- le manque de développement touristique prévoit des localités avec une faible sensibilisation des populations locales sur l'importance du tourisme pour l'économie.

Pour trouver des solutions au développement du tourisme, il faut prendre en compte les opportunités et les menaces de l'environnement externe.

Concernant les opportunités au développement du tourisme dans les Monts Apuseni on mentionne :

- l'agrotourisme et de l'écotourisme, souvent vus comme des opportunités pour élaborer des stratégies de développement touristique dans le cadre des conseils régionaux du tourisme ;
- l'existence d'une stratégie touristique de la zone transfrontalière hongroise - Euro région Haidu- et le département Bihor ;
- une stratégie nationale pour le développement du tourisme au sein du ministère du Tourisme et la Stratégie de l'Agence du Développement régional. D'autres possibilités sont représentées par la création du Parc Naturel Apuseni ;
- associations touristiques existantes (Asociația Parcul Natural Valea Crișurilor, Asociația Țara Crișurilor, etc.) ;
- de nombreux partenariats entre les institutions et les hommes d'affaires entre l'Euro région Haidu Bihar - Bihor ;
- d'assurer des mécanismes de soutien, coordonnés pour les organisations touristiques locales et régionales dans le développement du tourisme régional.

Une autre opportunité est la mise en place des mécanismes et des subventions pour faciliter l'investissement dans le tourisme par les investisseurs étrangers ou des institutions publiques et privées, les fonds SAPARD (Programme spécial d'adhésion pour l'Agriculture et le Développement Rural) pour la zone rurale.

Le développement du tourisme peut avoir un certain nombre de menaces, telles que :

- l'insuffisance des infrastructures de transport ;
- l'absence de collaborations entre acteurs privés ou des organismes publics ;
- l'implication faible des agences de tourisme pour promouvoir le potentiel touristique ;
- le mauvais état des routes, l'utilisation inefficace des fonds pour le

développement du tourisme par les institutions publiques ;

- le projet ouvert de Roșia Montană (une zone d'opération massive de cyanuration et d'or, dans les Monts Apuseni) ;
- l'administration locale n'est pas réceptive à l'importance du développement touristique ;
- l'offre de produits touristiques de la région n'est pas dans une concurrence compétitive internationale ;
- les faibles investissements dans le tourisme.

À partir de la situation actuelle (décrite ci-dessus) il est important de trouver des solutions pour le territoire ayant comme objectif l'élaboration de stratégies à long terme. Ces stratégies doivent créer des conditions favorables pour un développement durable du tourisme dans cette région vis-à-vis des autres zones touristiques, afin de stimuler les acteurs. « La stratégie est la science et l'art d'atteindre un objectif, en conditions d'avantage concurrentiel, compétitif »¹⁹. Cette stratégie devrait être pleinement élaboré par les membres du conseil d'administration d'une organisation, en visant une compétition par rapport aux d'autres zones touristiques nationales et internationales.

1.3. Nouveauté, actualité, importance du sujet

Concernant le tourisme et le patrimoine en Roumanie, on a écrit divers documents, mais aucune n'analyse le tourisme par rapport à la complexité de son étroite collaboration avec les acteurs d'un territoire. Dans cette optique, il manque encore des études qui abordent les questions importantes de l'organisation du tourisme et de l'économie locale, le rôle des acteurs dans le tourisme.

Ce document tente de combler cette lacune. Au cœur de cette étude réside une motivation sincère de présenter cette problématique aux acteurs du tourisme de cette région, dans une nouvelle approche qui est étudiée en France actuellement.

1.4. Caractère intra-interdisciplinaire de l'étude

¹⁹ Ilieș M., (2007), *Amenajare turistică*, Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, p.139.

La thématique du sujet présentée dans ce travail de thèse est le caractère interdisciplinaire. C'est pourquoi nous essayons de faire le lien entre la géographie (celle du tourisme), de la sociologie (par sondage auprès des touristes au niveau individuel, et auprès des acteurs), et de la géographie rurale.

La nouveauté de cette approche réside dans l'étude du rôle que jouent les acteurs d'un territoire (la notion du cluster) par rapport au tourisme et la nature de la mobilité des touristes (la pratique du tourisme).

2. Présentation des résultats de recherches antérieures sur le sujet choisi

Au travers de l'étape bibliographique, nous avons également consulté des revues et articles spécialisés, ainsi que la littérature spécifique sur le sujet choisi. On poursuivra l'élargissement de la thématique à travers une analyse détaillée, l'approfondissement des concepts et des notions de base, des théories concernant le thème choisi.

Sur ce thème, nous avons mené une étude de recherche sur la mobilité touristique et les acteurs du tourisme dans les institutions publiques et privées du canton de Fresnes en Woëvre, Meuse, France. Dans cette recherche ont été appliqués des questionnaires et des entretiens dans l'étape de terrain concernant les acteurs locaux du tourisme (Le Lac de Madine, centre d'information touristique et office de tourisme de Verdun, hébergeurs de la communauté des communes, musées et associations culturelles).

3. La problématique de la recherche

Le tourisme passe par des acteurs sur les aspects de l'offre et de la demande touristique. Mettre l'acteur au cœur de l'analyse qu'il s'agisse des acteurs privés ou publics, des entrepreneurs ou des touristes, etc., il est important de comprendre les plans d'action et le fonctionnement de la politique touristique dans le territoire comme « un système d'acteurs »²⁰.

Le territoire est une proximité géographique d'acteurs dans un contexte donné avec des objets géographiques. Aujourd'hui il existe une analyse d'acteurs, mais le fonctionnement

²⁰ Violier P., (2003), *Les acteurs du tourisme* in Stock M., et al., *Le tourisme. Acteurs, lieux et enjeux*, Edition Belin, Paris, p.171

reste une « boîte noire ». L'enjeu global est de comprendre ce fonctionnement du système et de voir s'il existe un développement économique. Nous commencerons par faire un inventaire des acteurs dans le territoire et d'aborder leur logique de fonctionnement dans le premier chapitre de cette recherche.

La question centrale est énoncée comme suit : Comment les acteurs peuvent-ils travailler ensemble pour créer de la richesse touristique ? Dans le cadre de cette analyse, nous suivrons les stratégies mises en œuvre par les acteurs. La stratégie touristique doit prendre en compte la planification de zones attractives, des destinations primaires et secondaires, l'infrastructure touristique et d'accessibilité. À travers ces stratégies, les collectivités locales et le secteur privé ou des autres acteurs impliqués dans le développement du tourisme devront soutenir une approche territoriale dans le cadre des avantages compétitifs (pour l'attractivité du secteur public, l'ouverture à des partenariats, la capacité d'absorption d'investissement) du territoire avec des implications socio-économiques pour la société.

4. Les objectifs principaux de l'étude

Il y a plusieurs défis qui existent pour l'application de la théorie d'acteurs dans le domaine du tourisme. En premier, il est difficile d'identifier avec précision tous les groupes d'acteurs légitimes. Il y a beaucoup de personnes et de groupes qui pourraient être touchés par le succès ou l'échec du tourisme dans une communauté. Deuxièmement, il est peu probable que tous les membres d'un groupe d'acteurs pensent la même chose sur un sujet. Lorsque les acteurs sont identifiés par leur appartenance à une équipe, cela ne représente pas exactement leurs attitudes, les émotions actuelles ou liées à des expériences antérieures par rapport au tourisme. Par conséquent, cette étude tentera de déterminer si les divers groupes d'intervenants peuvent être classés par leurs attitudes à l'égard des actions en matière de développement du tourisme.

Les objectifs de recherche sont déterminés par l'actualité et la complexité du sujet, par la nouveauté de cette approche, les acteurs locaux vus comme un système en matière de développement économique et régional des Monts Apuseni, dans les Carpates Occidentales.

L'objectif de cette thèse est d'interroger la mise en œuvre locale des stratégies des acteurs. Ce travail propose d'analyser leurs dimensions territoriales et d'appréhender leurs effets sur les centres-ville et les communes. Nous pouvons énoncer les objectifs suivants :

Objectif 1. Observer qui sont les acteurs, la typologie d'acteurs et leur rôle pour le développement local

- Qui sont les acteurs impliqués dans le tourisme ?
- Quel est le rôle des acteurs dans le tourisme pour la région ?
- Quel est le lien entre ces acteurs ?
- Quelles sont les stratégies de développement du tourisme ?
- Dans quelle mesure les acteurs sont prêts à collaborer pour ce territoire ?

Objectif 2. La politique et les stratégies des acteurs du tourisme dans lesN Monts Apuseni.

Objectif 3 L'évaluation du territoire.

- Quels sont les pôles générateurs de tourisme dans la région ?
- Quels sont les principaux axes d'intérêt pour les touristes ?
- Quels sont les lieux touristiques ?

Objectif 4. L'évaluation des touristes.

- Quelles sont les attentes des touristes ?
- Qu'est-ce qui motive un touriste à visiter cette région ?
- Quelles sont les exigences des touristes ?

Objectif 5. Observer la collaboration et la communication entre les différents acteurs dans la région rurale des Monts d'Apuseni à chaque niveau (régional, départemental et local).

Cette étude se propose donc d'examiner le système d'acteurs dans la région des Apuseni, ce qui comprend la relation des acteurs avec le territoire et le développement local. Le concept du développement local incite à créer cette démarche où les acteurs bénéficient d'une part des potentialités du territoire (les ressources au niveau de l'agriculture, du tourisme, de l'écologie, de l'industrie, etc.) et les potentialités humaines (les savoir-faire, les capacités d'apprentissage, etc.). Nous sommes en recherche en vue d'examiner les acteurs, les identifier dans le territoire et voir quel est leur rôle.

La question principale de la recherche est : Quel est le niveau de collaboration du système d'acteurs en Apuseni ?

Questions spécifiques :

- Qui sont les acteurs ?
- Quelle typologie d'acteurs ? Et quel est le rôle d'acteurs dans le développement local ?

- Qu'est-ce qu'ils font dans le territoire ?
- Quelle est la relation entre les acteurs ?
- Quels sont les acteurs et les mécanismes en jeu dans la communication territoriale ?
- Quelles sont la mobilisation des acteurs et la coordination des compétences ?
- Quelles sont les pratiques touristiques des touristes ?
- Quels sont les lieux touristiques choisis par les touristes ?

À toutes ces questions, nous voulons trouver les réponses dans la phase de terrain et valider nos hypothèses. C'est important d'analyser les acteurs et la relation qui existe entre eux. Le système est défini par des coopérations et interdépendances des acteurs.

Les questions de recherche secondaires sont :

- Qu'elle est la relation de communication entre les acteurs ?
- Quelle est la dynamique du système ?
- Quelle est la gouvernance territoriale des Apuseni ?

L'objectif principal de cette recherche porte sur la question de la collaboration et sur la communication entre les différents acteurs dans la région rurale des Monts d'Apuseni à chaque niveau (régional, départemental et local) et d'examiner leur relation de communication.

Une série d'objectifs spécifiques a été identifiée :

1. Trouver les acteurs principaux ;
2. Observer la typologie d'acteurs et leur rôle pour le développement local ;
3. Identifier les actions d'acteurs ;
4. Identifier la relation entre les acteurs ;
5. Observer la communication entre les acteurs ;
6. Étudier la mobilisation d'acteurs et leur coordination ;
7. Identifier les pratiques des touristes ;
8. Définir les lieux touristiques le plus fréquentés.

Conclusion

La pratique touristique et la dynamique du territoire pour pratiquer les activités de loisirs dans la zone rurale font partie d'un vaste processus de mise en valeur de ce territoire et de ses ressources.

Les conditions naturelles ont une grande importance dans la planification et la promotion de son attractivité pour le territoire, leur fonctionnement peut conduire à la création de conditions favorables à la promotion du territoire et d'attirer un nombre de touristes qui peut augmenter ainsi le bien-être de la population.

Les résultats attendus de cette recherche sont de créer des stratégies pour le développement touristiques, de faire une analyse SWOT du point de vue du tourisme, et comprendre si les acteurs doivent collaborer ensemble pour le territoire.

7. Les limites de recherches

Au cours de l'étude, nous avons eu connaissance d'une vaste documentation bibliographique en ce qui concerne le sujet de recherche choisi. Durant le stage à Angers, dans le cadre de la cotutelle, on a pu réaliser une large documentation scientifique ayant eu accès aux bases de données internationales, qui se sont avérées un atout important. Une difficulté majeure rencontrée pendant la période de l'étude est que nous n'avons pas eu l'accès à une base de données gratuite pour la recherche scientifique. Nous allons créer cette base concernant à la fois les acteurs sur leur gestion, stratégies, le rôle et le plan de management dans le territoire et les données concernant la mobilité touristique.

Cette recherche s'articule autour de trois parties : la première partie est consacrée à la approche conceptuelle et présentation de la région Apuseni avec trois chapitres : acteur et système d'acteurs, les stratégies d'acteurs et la région touristique Apuseni. Nous abordons dans la deuxième partie, l'analyse appliquée à la région Apuseni en présentant la méthodologie de l'enquête par questionnaire et en analysant nos enquêtes auprès les pratiques touristiques des touristes. Enfin, nous traitons dans la troisième partie la gouvernance des acteurs dans la région Apuseni avec les descriptions des acteurs professionnels du tourisme et leurs stratégies de développement ainsi que l'analyse de nos entretiens.

PREMIÈRE PARTIE

ACTEUR ET SYSTÈME D'ACTEURS

Introduction

« L'acteur n'existe pas en dehors du système qui définit la liberté qui est la sienne et la rationalité qu'il peut utiliser dans son action Mais le système n'existe que par l'acteur qui seul peut le porter et lui donner vie, et qui seul peut le changer » (Crozier, 1977).

Sur le plan régional, l'offre touristique très variée se concentre sur les pratiques touristiques (montagne, balnéaire) plus au moins massives selon la destination des touristes en Apuseni.

Cette région doit relever un double défi : d'une part renouveler l'offre et la diversifier afin de l'ancrer mieux dans le territoire. D'autre part, il est nécessaire que les autorités reconsidèrent le modèle économique pour son développement afin d'avoir des flux touristiques élevés et une croissance dans les lieux d'accueil.

Notre zone d'étude, qui est la région des Apuseni, dans le Nord-Ouest de la Roumanie, nous paraît tout à fait appropriée pour étudier les relations entre le tourisme et les acteurs. En effet il se classe dans la catégorie des régions en expansion, dans un premier temps, par son positionnement et dans le second pour son offre touristique.

Ce thème de recherche porte sur l'analyse incluant tous les acteurs institutionnels ou non en tourisme, tels que les professionnels, mais aussi les touristes. Il introduit aussi une prise en compte des stratégies des acteurs et leur management territorial du tourisme. Ces différents acteurs vont adopter diverses stratégies au cours du processus participatif, qui ne vont pas forcément dans le sens d'une coopération pour le développement touristique.

La gouvernance locale du tourisme concerne les acteurs, leurs relations, les structures et les processus de coordination. Plusieurs problèmes de coordination et collaboration sont particulièrement centraux en ce qui concerne cette gouvernance : entre acteurs publics et privés, professionnels ou institutionnels.

L'objet de cette thèse porte également sur la question de la collaboration et la communication entre les différents acteurs dans la région rurale des Monts Apuseni (au Nord-Ouest de la Roumanie).

La région d'Apuseni est riche en patrimoine naturel et en ressources culturelles, elle est devenue une nouvelle destination pour les touristes. Nous voulons explorer les différentes facettes de la proximité géographique et organisationnelle entre les acteurs et le territoire, ainsi que les contraintes de la coopération.

CHAPITRE I

LE CONCEPT D'ACTEUR

Introduction

Le tourisme de nos jours, a un rôle important dans l'économie des pays développés. Ces pays investissent énormément dans le tourisme, car cela apporte de nombreux avantages pour la société et l'économie. Le développement de la Roumanie ces dernières années, après la « période de Ceaușescu », est un phénomène dont on parle de plus en plus. Dans le développement économique et social diversifié du pays, le tourisme est un aspect important ou doit être important. Grâce au tourisme, certains territoires ont connu une expansion économique et sociale. L'ouverture de la Roumanie au tourisme a constitué l'un des volets de la nouvelle orientation politique et économique mise en œuvre à partir des années 1990. Le tourisme international a constitué un secteur d'apport de devises pour l'économie nationale.

L'analyse de la dynamique du tourisme comme « système d'acteurs » n'est pas vraiment nouvelle dans la littérature étrangère, mais elles restent peu travaillées dans la littérature roumaine. Les réponses apportées jusqu'à présent, même si elles sont riches en informations, restent relatives et insuffisantes dans la recherche en tourisme.

Si dans la littérature spécialisée en France la relation entre l'acteur et le touriste, est bien approfondie par les auteurs (Cazes 1992, 2000 ; Violier, 2007, 2011 ; Knafou & Stock 2008), dans la littérature roumaine cette thématique concernant cet aspect est moins bien détaillée, mais la nature du phénomène du tourisme a été abordée par des auteurs (Talabă 1991, Cocean 1997, Ciangă 1998, Glăvan 2000, Muntele & Iașu 2006).

Les concepts envisagés

Nous voudrions présenter les différents concepts que nous voulons étudier dans notre recherche : acteur, système, développement local, gouvernance, stratégies, communication pour comprendre plus profondément et mieux connaître notre sujet de recherche. Il convient d'apporter des éléments de définitions sur des concepts d'acteurs.

1.1. La notion d'acteur

Le concept « stakeholder » a été intégré dans le monde scientifique anglophone par Freeman en 1984 par la « Théorie d'Acteurs », qui stipule que « tout groupe ou individu qui peut affecter ou être affecté par la réalisation des objectifs de l'organisation » doit être considéré comme un acteur.

Cette théorie a été développée à l'origine pour une utilisation dans le domaine de la gestion d'entreprise. Par conséquent les acteurs ont été identifiés par leur appartenance à un groupe ou une organisation comme les employés, les commerçants, les concurrents, et les actionnaires. Cependant Sautter, Leisen (1999) a aidé à traduire son utilisation dans le domaine du tourisme.

Le concept d'acteur est de plus en plus pris en compte dans les sciences sociales, en géographie notamment, car de plus en plus considéré comme un « objet majeur » de la construction territoriale.

Dans la littérature française, le concept d'acteur a émergé à partir de cette définition : « la géographie s'occupe des acteurs, de leurs actes, de leurs interactions avec d'autres acteurs » (Lévy, Lussault, 2013). Les acteurs mènent des actions individuelles où ils interagissent avec d'autres acteurs, mais aussi des actions collectives avec des acteurs au sein d'un groupe (semi-organisé ou organisé) avec lesquels ils partagent des caractères communs.

L'acteur désigne « toute entité définissable et distinguable qui participe à la dynamique et à l'organisation d'une action collective ou /et individuelle, qui est active dans un processus social, qui opère des actes » (Lévy, Lussault, 2003).

Les acteurs sont ceux qui, par leur implication et par leur action, constituent le territoire (Gumunchian et al, 2003).

Il est précisé que :

- « Tout individu peut être défini comme acteur à un moment donné, dans un contexte territorial particulier ;
- Tout acteur est simultanément contraint par ses types de rapports au territoire, mais conserve toujours une marge de manœuvre même restreinte ;
- Tout acteur joue avec l'objet territoire, le manipule avec plus ou moins d'efficacité ;

- Tout acteur peut être qualifié d'acteur multi casquettes tant dans ses rôles que ses actions » (Gumuchian, Pecqueur, 2007)

Ces acteurs peuvent être des personnes physiques ou des personnes morales, ils peuvent être publics (état, collectivités territoriales, syndicats mixtes), privés (consommateurs, producteurs, habitants²¹) ou mixtes. « Les principaux acteurs de l'espace géographique sont : l'individu ; le groupe ; l'entreprise ; la collectivité locale et l'état » (Brumet, Ferras, Théry, 1992) ». Nous pouvons observer que d'après ces définitions données, la diversité des acteurs s'exprime dans plusieurs champs.

Selon G. Cazes (1992, p. 91) les acteurs - en fonction de leur nature fonctionnelle - peuvent être endogènes ou exogènes (la maîtrise locale). Selon Violier (2008), l'acteur endogène est l'acteur originaire du lieu et qui créent des conditions économiques de leur maintien, au contraire exogène qui signifie l'installation d'un individu dans un lieu dont il n'est pas originaire pour créer de l'innovation à travers leurs actions et projets. Guy di Méo, a identifié une troisième catégorie d'acteur, celui transitionnel qui exogène à l'origine choisi de se territorialiser et se rapproche de l'acteur endogène.

Selon l'Équipe MIT (2005) le concept d'acteur permet « de comprendre les qualités et les compétences d'un être humain en tant qu'il développe des intentions, des stratégies et des discours avec une direction sur ces actions ». Les auteurs distinguent du point de vue des lieux touristiques, trois types d'acteurs :

- « Les acteurs dans le lieu », des acteurs qui développent une stratégie sans problématiser le lieu où ils se trouvent ;
- « Les acteurs du lieu », des acteurs qui utilisent le caractère d'un lieu pour créer leur stratégie face à l'extérieur ;
- « Les acteurs-lieu », dont la stratégie est créée et organisée intérieurement liée au lieu.

1.1.1. La collaboration des acteurs

Selon Jamal, Getz (1995), Fyall, Callod, Edwards (2003), la collaboration d'acteurs représente une approche largement acceptée pour résoudre les problèmes liés à un manque de

²¹ Il s'agit de l'habitant, l'usager, le citoyen – n'est pas forcément dans « la visée de la production marchande », contrairement aux autres acteurs (Dormois, 2007). Néanmoins, il joue un rôle fondamental dans le processus de développement touristique.

compréhension. Et le partage des objectifs communs entre ces nombreux intervenants qui agissent au sein des différents territoires.

Tkaczynski, Rundle-Thiele, Beaumont (2009) débattent : le problème de la coopération, et des discordances entre les acteurs. Les acteurs privés (les hébergeurs) ont leur stratégie pour attirer les touristes chez eux tandis que certains acteurs professionnels sont déjà dans la destination pour les y attirer. Ils ne collaborent pas, pris dans cette compétition du marché touristique. Les touristes voyagent selon diverses motivations, plus ou moins influencés par les acteurs.

Dans la littérature scientifique, on trouve des études pour identifier les acteurs, leurs stratégies, leur plan de management et les contraintes de la collaboration pour développer la destination touristique. Par exemple on y trouve cette recherche dans la ville de York en Angleterre, présentant les résultats d'une étude de cas sur les acteurs au Royaume-Uni, avec une évaluation de leur implication dans la mise en œuvre d'un tourisme durable. Leur système étudie les stratégies à trois niveaux : l'attraction, l'intégration, et la gestion, concernant l'implication des acteurs (Waligo, Clarke, Hawkins, 2013). Six étapes sont intégrées dans les trois niveaux : la mise en scène, la reconnaissance des acteurs, la capacité de la participation, la gestion de la relation des parties intéressées, la poursuite des objectifs réalisables, la capacité d'influence, et le suivi de la participation d'acteurs. L'objectif de cette étude est de contribuer à la base de connaissances pour comprendre comment les acteurs peuvent être plus impliqués dans la réalisation d'un tourisme durable.

Un autre exemple souligne l'importance de la collaboration multiacteurs en s'appuyant sur deux études distinctes de cas en Afrique : une association professionnelle en Gambie et un programme de formation pour le renforcement des capacités entrepreneuriales dans une université en Tanzanie ; toutes les deux ont contribué à fournir des environnements favorables à l'entrepreneuriat autochtone et de l'innovation au développement local (Carlisle, Kunc, Jones, Tiffin, 2013).

Un autre article décrit quelques-unes des caractéristiques communes des destinations touristiques communautaires et suggère que la collaboration, comme une stratégie dynamique axée sur les processus, peut être appropriée pour gérer les domaines du développement au niveau local.

En plus de faciliter les interactions public-privé, la collaboration peut fournir un mécanisme efficace pour la participation communautaire dans la planification du tourisme,

grâce à une sélection des principales parties intervenantes pour représenter les divers intérêts publics (Jamal, Getz, 1995).

1.1.2. La communication d'acteurs

Cette communication désigne un « ensemble des messages émis par les institutions gouvernementales de différents échelons, particulièrement celles de villes pour se mettre en scène, pour donner une image favorable à l'extérieur ». La promotion concurrentielle du lieu concerné est un motif de cette communication » (Rosemberg, M., page 184-185).

La communication territoriale est réalisée par l'image publicitaire des lieux, des matériels de promotion, des événements, dans une approche concurrentielle du lieu où le territoire est au centre de ce marketing.

Également, elle constitue un ensemble des messages émis par les institutions gouvernementales, des acteurs publics : mairies, conseils régionaux et généraux et sa mise en forme est faite par des professionnels de la communication pour donner l'image d'un territoire. Dans ce type de communication, les acteurs publics locaux s'engagent avec les acteurs privés à adopter une logique de gestion pour gérer le territoire.

1.2. Tourisme comme système ?

L'Équipe MIT (2005) souligne que « le tourisme est un système d'acteurs, de pratiques et de lieux, qui a pour finalité de permettre aux individus de se déplacer pour la récréation hors lieux de vie habituels afin d'aller habiter temporairement d'autres lieux ». Pour G. Cazes (1992), le tourisme relève de trois systèmes combinés, un système d'espaces, un système d'acteur et un système d'images.

Le développement est perçu comme une relation d'interaction entre les politiques institutionnelles locales ou souvent régionales et les entrepreneurs porteurs d'initiative dans le tissu social et local. Derrière cette évolution, on voit un « système productif touristique », qui fonctionne de façon différente selon les territoires. Ce développement est vu comme une approche du développement local grâce à l'action d'acteurs déterminés qui vont « inventer » ou « réinventer » un lieu de leur territoire.

Dans ce développement local, tous les acteurs participent, qu'ils soient des acteurs politiques ou des acteurs locaux et qui s'engagent à mener une stratégie dans cette direction. Le terme *local* recouvre dans ce contexte d'un point de vue social, les acteurs endogènes et les « acteurs transitionnels ».

Le développement local prend en compte les politiques visant à réduire le rôle de l'état, à délocaliser les décisions, à accorder plus d'importance aux initiatives des acteurs locaux, aux ressources et aux valeurs du territoire. Le développement local doit être pris en compte pour l'avenir d'un territoire, pour le faire évoluer.

Au niveau territorial, plusieurs acteurs peuvent jouer un rôle important et décisif à l'échelle régionale ou locale (acteurs professionnels, institutionnels, touristes²² et la population de l'espace d'accueil), s'ils se penchent ensemble sur l'efficacité d'un système productif du tourisme.

Le système productif du tourisme fonctionne par l'implication de différents acteurs. L'analyse des fonctionnements et relations, la mobilisation et la communication de ces acteurs à l'intérieur de ce système nous semble intéressante et pertinente pour notre territoire d'étude, en effet nous sommes amenés à nous interroger sur l'identité de chaque acteur et ensuite à l'identité de l'espace.

Comme chaque acteur est tenté de définir le local selon des objectifs différents (l'image et la promotion du territoire, la mobilisation, etc.), par conséquent il sera intéressant d'analyser également les compétences de chaque acteur.

Dans cette recherche, nous voulons privilégier l'espace rural roumain concernant les acteurs, mais sa structuration dans l'espace français a été soulignée par les auteurs (Violier, 1998), (Violier, 1999b), (Clary, 1993). Néanmoins, les recherches empiriques sur ce sujet dans les pays en développement comme la Roumanie sont exceptionnelles.

Des études plus pertinentes, qui sont centrées sur le système d'acteurs, apparaissent dans la littérature scientifique des pays développés. Cazes (1992), Violier (1999), Équipe MIT (Mobilités, Itinéraires, Territoires) ont étudié ce système d'acteurs et leurs effets dans le développement territorial. Les autres chercheurs ont étudié le rôle clé des acteurs en particulier dans les pays où le tourisme est renforcé.

²² La définition du touriste, donné par P. Duhamel suggère que le touriste est une personne qui pratique le tourisme, mais il est mu par un projet de récréation exprimé par les pratiques et les lieux qu'il choisit d'expérimenter.

Selon Crozier (1977), Crozier (1992), Crozier (2014) dans le système d'acteurs, la proximité géographique a un intérêt bien établi : chaque acteur poursuit son propre intérêt en fonction de ses compétences stratégiques, de leur relation avec le territoire.

Nous pouvons nous interroger sur l'organisation et la structuration de ce système productif du tourisme, mais alors la question de collaboration entre les acteurs devient primordiale. Le système des acteurs influence beaucoup la réussite du développement du tourisme. Ce système est dominé par des acteurs publics et des acteurs privés : le système des acteurs institutionnels est organisé au sein de l'état et des autres administrations publiques. Ils sont répartis à différents niveaux tels que : niveau national, niveau départemental, niveau local et niveau communal, et la sphère privée comprend surtout des entreprises impliquées dans la production d'une grande partie des services de l'économie du tourisme. En outre, un acteur important est le touriste lui-même qui a le pouvoir de créer l'espace touristique.

1.2.1. Le système

Le système représente un « ensemble d'éléments qui sont reliés et co-existants ; il constitue une totalité organisée distincte de son environnement » (Serge Thibault, page 884). L'étude du comportement du système en fonction de ses relations avec l'environnement conduit à définir trois types de systèmes : le système fermé (sans relation avec l'environnement), le système ouvert (en relation d'interdépendance avec l'environnement) et le système autonome (ouvert sur l'environnement).

Selon Violier (2003) le « système d'acteurs » représente un ensemble « d'acteurs individuels ou collectifs dont les actions fonctionnent de façon interdépendante, conflictuelle ou non ». Dans notre recherche l'ensemble des acteurs et leurs caractéristiques constituent un système, donc une unité qui va étudier sa relation, son organisation, son comportement et son évolution au monde du tourisme, etc.

Selon Équipe MIT (2005), le système touristique ou le système du tourisme « synthétise un ensemble spécifique et historiquement daté de pratiques, d'acteurs et de lieux touristiques ». Cette définition insiste sur trois points importants : le premier, celui des pratiques des touristes, donc il s'agit d'un déplacement dans un lieu hors-quotidien et le second exprime le caractère d'acteur qui agit ou non dans le lieu ; le troisième enfin le lieu touristique choisi par le touriste, un lieu qui est rapporté aux leurs activités.

Nous nous considérons que le tourisme passe inévitablement par les acteurs du point de vue de l'offre et de la demande touristique et leur analyse est nécessaire. Nous avons choisi d'organiser notre réflexion à partir de trois grandes catégories d'acteurs : publics, privés et catégories sociales (le touriste et l'habitant).

1.2.2. Différents systèmes dans la littérature

Bernadette (2002, p. 48) propose un système d'acteurs de l'espace à cinq pôles : l'état, l'entreprise, la collectivité territoriale, l'individu (avec le ménage ou la famille), les autres sortes de groupes des acteurs (Figure no 3). L'État a des installations spécifiques, un domaine foncier ou immobilier, assure les grands travaux et principales infrastructures, fait des lois et règlements qui ont des effets spatiaux, fixe les règles de la fiscalité, gère le territoire national et les frontières, il est parfois entrepreneur.

L'entreprise explore et transforme les ressources, a des installations spécifiques dont elle choisit la localisation crée des flux d'échange, dispose d'un domaine foncier, il lui arrive d'assurer localement des infrastructures et des logements et de produire des nuisances. Les collectivités territoriales gèrent un territoire, assurent des équipements et installations spécifiques, à une certaine marge de réglementation et d'intervention fiscale et financière, et peuvent disposer d'un domaine foncier. L'individu est usager d'un domaine foncier et immobilier, habite, se déplace, produit et consomme, rêve et jouit, crée des flux. Finalement, les autres groupes des acteurs agit plus ou moins directement selon sa nature même : de groupes créent et gèrent directement de l'espace comme communautés, comme entrepreneurs collectifs, comme usagers ou en faisant pression.

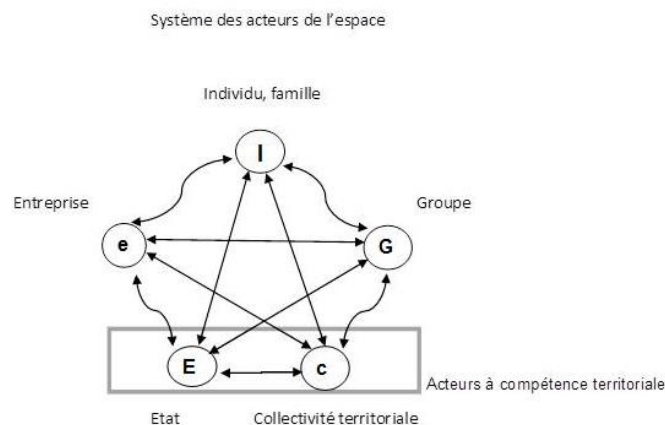


Figure no 3 Système d'acteurs de l'espace, selon Bernadette (2002)

Le système d'acteurs peut être représenté sous une forme de graphe composé par d'axes gradués. Chaque acteur impliqué dans le tourisme peut jouer un rôle dans le bon fonctionnement d'un lieu touristique. Selon le modèle de la figure 4 (Violier, P., 2003, p. 201), les acteurs sont divisés en deux catégories de la manière suivante : dans la partie extérieure sont placés les acteurs qui agissent sur la demande touristique –les entrepreneurs-, (agences de voyages, tour-opérateurs), les touristes et l'État et dans la partie intérieure, selon l'offre touristique agissent la population locale, les institutions publiques, les artisans. Ce modèle peut être utilisé pour étudier l'évolution du rôle des acteurs d'un territoire et les touristes.

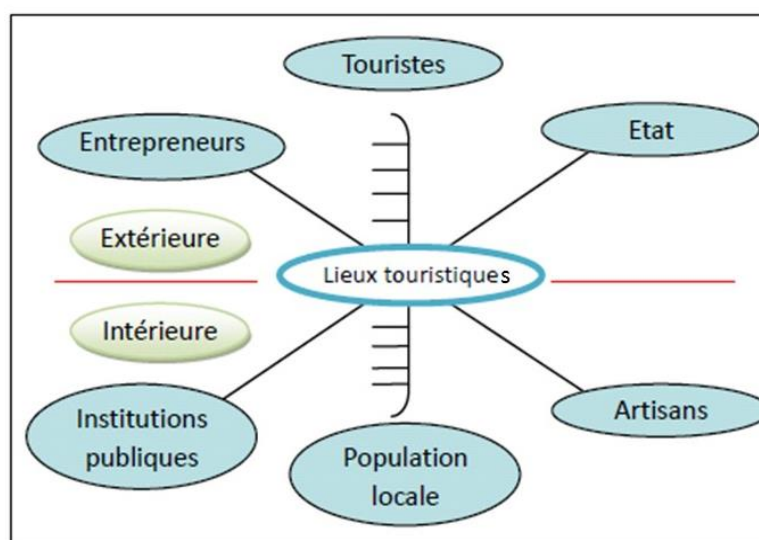


Figure no 4. Exemple de système d'acteurs en Saint-Jean-de-Monts, selon Philippe Violier (2003)

1.2.3. Le cluster touristique

Clergeau et Violier (2013) présente un exemple de cluster des acteurs comme une caractéristique forte du tourisme : l'écosystème de coproduction est multi scalaire. Il dépasse les frontières du local, et inclut les touristes, habitants temporaires, et des intermédiaires hors territoire. Et l'on voit bien toute la complexité de la mise en orchestre de cet écosystème, qui appelle une réflexion sur le chef d'orchestre et sur la question de la gouvernance (Figure no 5).

Sur le territoire, l'intermédiation est portée par les réceptifs, mais les organismes publics et parapublics chargés du tourisme et les chambres consulaires ont un rôle à jouer. Soulignons que l'intermédiation est aussi portée par les habitants, qui côtoient les touristes, les informent, les accueillent, interagissent avec eux.

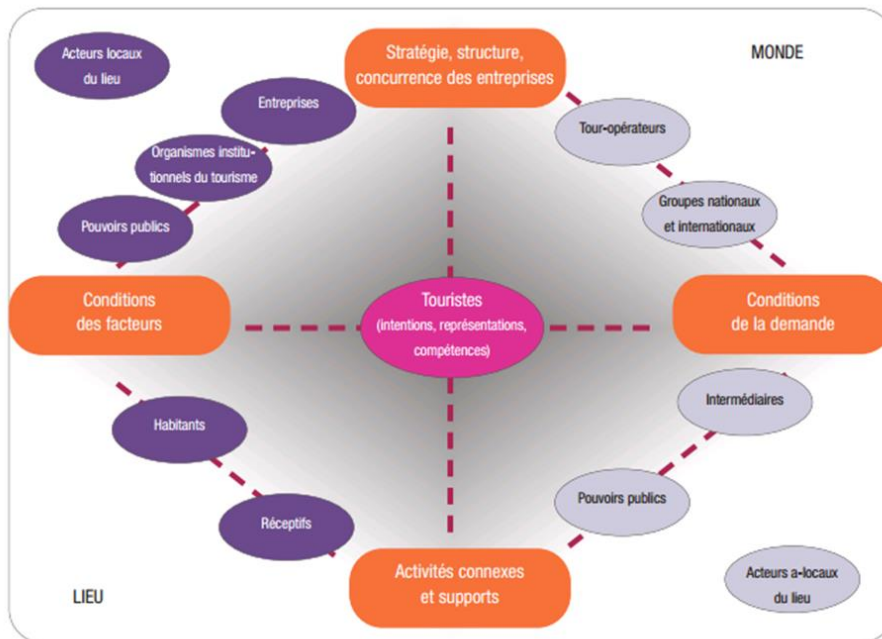


Figure no 5 Exemple de cluster tourisme construit dans une logique de coproduction, selon Clergeau, Violier (2013)

L'implication des acteurs dans le processus du développement local doit mobiliser des moyens adaptés et en optant des principes de bonne gouvernance (participation, coopération, évaluation, transparence, responsabilisation). Parmi les éléments radicaux de cette gouvernance, les acteurs doivent être responsables devant exercer leurs fonctions relevant de la connaissance, de l'action ou de la reconnaissance. Nous considérons qu'il semble nécessaire d'aller plus loin dans les outils et les méthodes de la décision ou de la stratégie.

Conclusion

Ce chapitre est consacré à la présentation de la théorie de notre étude. Il s'agit d'abord d'une clarification du concept de l'acteur ensuite du système. Il est également nécessaire de clarifier également la notion du tourisme puisqu'il en existe de multiples définitions. Nous avons opté pour la définition présentée par l'Equipe MIT, qui à partir d'une approche

géographique, aborde le tourisme comme un système visant à la récréation des individus au travers de leur déplacement dans des lieux hors-quotidiens.

Le tourisme est un système d'acteurs, de pratiques et de lieux. Son fonctionnement concerne un processus de mise en œuvre d'un projet dans un lieu touristique par la pratique des touristes

CHAPITRE II

LES STRATÉGIES DES ACTEURS

Introduction

Cette recherche se concentre sur le rôle des acteurs dans le tourisme lié au développement territorial dans les Monts Apuseni, dans l'ouest de la Roumanie. Dans la politique du tourisme sont impliqués de nombreux acteurs à différents niveaux. La planification du tourisme suppose une série de politiques créées par le Ministère du Tourisme, des stratégies et des lois nationales.

Localement certains projets sont mis en œuvre sur la base de ces stratégies. Depuis les années 1990, la Roumanie s'est orientée vers le développement du tourisme, de sorte que le gouvernement a créé « un master plan directeur » pour les régions à vocation touristique ainsi que pour le développement des ressources dans les régions touristiques (Nicula, Spânu, & Neagu, 2013), etc.

2.1. La politique touristique en Roumanie

Un aspect de la législation du tourisme est le fait qu'elle comprend les questions de procédure et de l'organisation de l'activité touristique en Roumanie (classification des unités hôtelières, les licences et les brevets en tourisme, la qualification des ressources humaines, l'approbation des investissements, la privatisation des activités en tourisme, etc.).

Les politiques de développement du tourisme local sont mises en œuvre par les acteurs du secteur public (conseils généraux, préfectures, municipalités, etc.) et le secteur privé (ONG, associations, C.I.T. –centres d'information et promotion du tourisme- et les bases d'hébergement qui ont une certaine stratégie pour attirer les touristes et améliorer l'attractivité territoriale (Figure no 6).

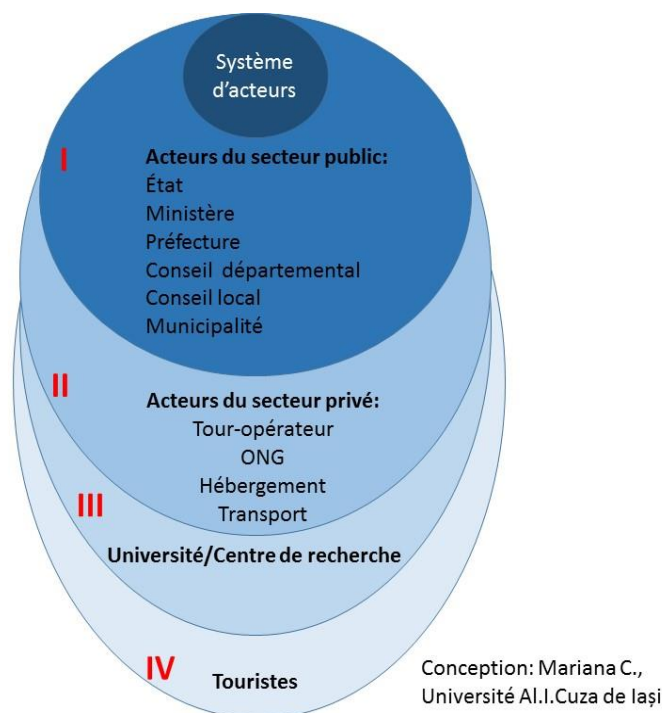


Figure no 6. Les acteurs du système touristique en Roumanie

En ce qui concerne la politique du A.N.T. (Autorité Nationale du Tourisme), le plan directeur de développement du tourisme national pour la Roumanie 2007-2026 est le principal document de politique pour le tourisme. En 2009, deux stratégies sectorielles ont été élaborées : la Stratégie Nationale pour l'Eco-Tourisme et la Stratégie Nationale pour Spa Tourisme et en 2011, la Stratégie du Marketing et du Plan opérationnel pour la Roumanie 2011-2015 a été finalisée. La Roumanie avec la Bulgarie, coordonne le domaine prioritaire 3 « Promotion de la culture, le tourisme et contacts entre les peuples » de la stratégie de l'Union Européenne pour la région du Danube.

L'A.N.T. participe à un certain nombre de projets et programmes internationaux :

- Les itinéraires culturels dans la région du Moyen et du Bas-Danube. L'objectif principal du projet est de contribuer à la diversification de l'offre touristique de l'Europe par la promotion du tourisme culturel à travers deux itinéraires culturels - les empereurs de la Route romaine et de la Route Danube du Vin.

- Sagittaire. L'A.N.T. est partenaire stratégique dans le projet Sagittaire européenne, visant à stimuler l'esprit d'entreprise du patrimoine au niveau local - des stratégies et des outils de développement à unir leurs forces, de préserver les régions de destination, mobiliser les valeurs culturelles et de livrer expériences à travers l'Europe du Sud-Est.

- Transdanube. L'A.N.T. est également un partenaire stratégique dans le projet Transdanube - en mettant l'accent sur le transport durable et le tourisme le long du Danube.

Il existe plusieurs programmes pour les touristes en Roumanie qui visent à prolonger la saison grâce à des voyages organisés à faible prix pour les séjours pris au printemps et en automne. Ceux-ci comprennent la « Mer pour tout le monde », le « Delta du Danube pour tout le monde », des « Vacances à la campagne », une « Semaine de récupération dans les Spas », le « Spa Décennie », une « Semaine à la Mer » et une « Semaine dans les Monts ». Les programmes de présaison offrent des réductions allant jusqu'à 30% sur les tarifs de la saison d'été, par exemple entre le 1 février et le 31 mars.

Afin d'encourager le développement de produit de tourisme durable, deux étiquettes sont attribuées aux compétiteurs de l'industrie : l'Ecologic Label européen décernée par le Ministère de l'Environnement et du changement climatique, et le système de certification en écotourisme développé par l'Association de l'Ecotourisme en Roumanie. Pour veiller, que les plages roumaines sur le littoral de la Mer Noire, d'atteindre et de maintenir les normes internationales, le Programme « Drapeau Bleu » a été lancé dans le pays en 2002 et il est encore opérationnel.

Gabriel Popescu représentant territorial du département d'Arad du A.N.T., dit : « L'état donne la stratégie de développement nationale, mais chaque département est fixe de faire sa propre stratégie en fonctions de ses besoins. L'état n'intervient pas ».

Ces politiques touristiques et stratégiques doivent être bien élaborées, avec des objectifs clairs, une vision partagée et une bonne méthodologie qui peuvent proposer quelques solutions pour le développement.

2.2. Les stratégies des acteurs

2.2.1. La notion de stratégie

La stratégie s'intéresse aux moyens de réaliser les objectifs généraux d'un projet spécifique pour assurer le succès global de l'opération s'il s'agit d'un acteur collectif ; mais pour un acteur individuel, la stratégie est définie comme la construction d'un projet en tenant compte de l'identité, de la relation ou du mode de vie de cet individu. La notion de stratégie est liée à la notion d'acteurs comme « représentation institutionnelle explicite et organisée

d'un acteur visant à la valorisation de son capital social » (Jacques Lévy, p. 873). Un acteur est acteur seulement s'il possède une compétence stratégique.

2.2.2. Les stratégies du Conseil Général

Les stratégies en Roumanie sont généralement un document contenant une analyse théorique SWOT (Annexe 1 Fiche stratégies SWOT) de la situation actuelle dans le territoire, mais la réalité se reflète dans un autre chemin quand les acteurs prennent certaines décisions stratégiques (Annexe 2 Exemple d'un résumé de stratégie du département d'Arad). Dans la plupart des cas, les stratégies mises à jour sont basées sur des documents préexistants et ne montrent pas un caractère innovant (Figure no 7).

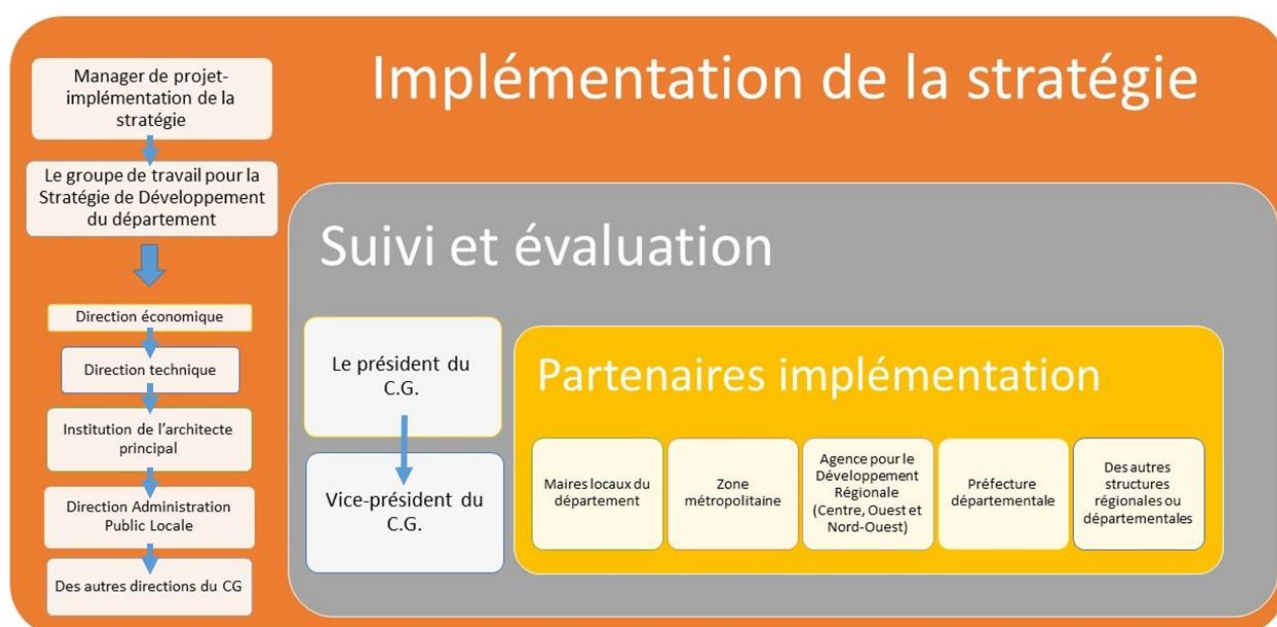


Figure no 7. L'implémentation de la stratégie dans le C.G.

Chaque département a des objectifs communs pour le territoire selon les différents politiques pour protéger et ou conserver le patrimoine, pour l'aménagement du territoire, pour le tourisme (Figure no 8). En analysant les stratégies dans cette recherche, nous avons tiré certains points communs et différences :

Les points communs :

- La collaboration entre le secteur universitaire de recherche et le conseil général ;
- Le transfert d'administration de propriété du domaine national au domaine départemental ;

- Les ressources financières réduites ou insuffisantes pour cofinancer ou permettre un remboursement anticipé des activités incluses dans les projets d'investissement ;
- Aucune organisation du secteur privé, actif dans le tourisme, pour promouvoir le département et la région pour attirer de nouveaux touristes ;
- Une totale dysfonction concernant l'équipement des utilités publiques pour la population dans les communes ;
- Un manque de stratégie de développement de la part d'administrations locales (communes)
- La volonté de créer une association Monts Apuseni pour le tourisme (département de Bihor, Alba, Cluj) ;
- L'accessibilité réduite au sein des sites à l'intérieur de Monts Apuseni (lien entre les communes-communes) ;
- Une dysfonction concernant l'offre touristique par les entrepreneurs ;
- Les C.I.T. des conseils généraux n'interviennent pas dans le soutien et l'assistance des entrepreneurs en tourisme même s'il y a des attributions pour le réaliser ;

Les différences :

- Les routes départementales modernisées pour l'accès dans les Monts Apuseni (Alba, Cluj)
- Potentiel touristique très connu (Alba, Bihor, Cluj) ;
- Le potentiel touristique peu connu et manque des sites touristiques de Monts Apuseni (Sălaj, Arad, Hunedoara) ;
- Le Présence du Parc Naturel Apuseni (Cluj, Bihor, Alba) ;
- La proximité de la Hongrie (Bihor) ;
- La présence de la région Hajdu-Bihar et le Programme de coopération transfrontalière (projets Bihor) ;
- L'Association Apuseni Experince qui a des programmes touristiques personnalisés (Bihor) Initiative stratégique présente pour le développement touristique soutenable dans le Monts Apuseni (Bihor) ;
- Le fort pôle économique de l'Ouest de la Roumanie (Cluj) ;
- Le manque d'organisation au niveau du conseil général pour s'investir dans le développement touristique (projets, documents touristiques, etc. à Hunedoara) ;
- Un manque d'une stratégie touristique cohérente et concrète pour le département et un office de tourisme (Sălaj) ;

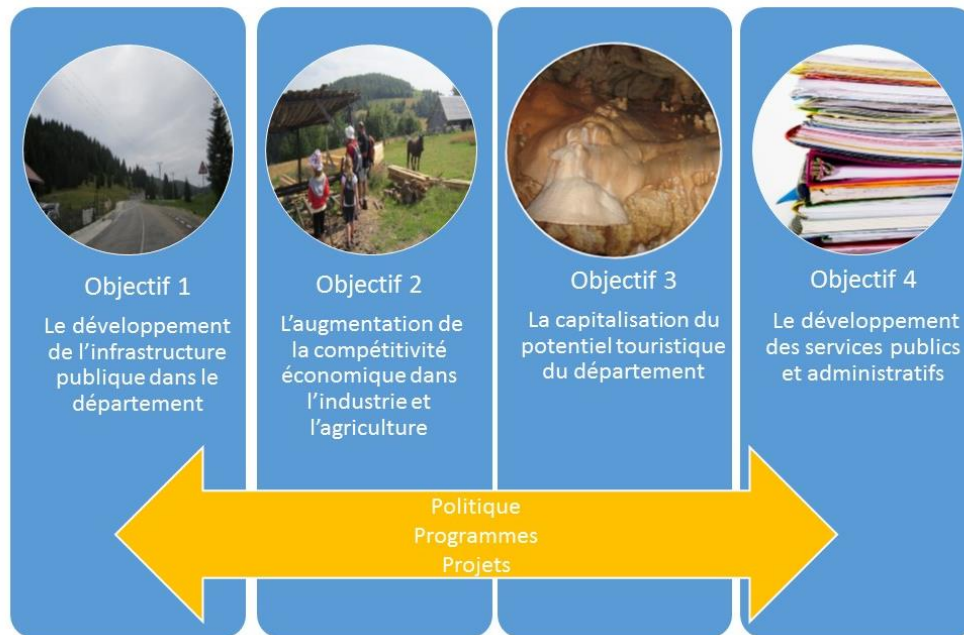


Figure no 8. Les stratégies induites par les objectifs

Le concept de stratégie est toujours employé avec de différentes connotations (dans chaque département) ou bien on l'utilise, mais il y a plusieurs significations différentes pour la définition. Au niveau conceptuel la stratégie doit fournir aussi les méthodes et les actions pour atteindre les objectifs et pas seulement la composition d'un ensemble des objectifs clés à réaliser. Les stratégies existent sur internet, mais ne sont pas approuvées par les conseils.

Les budgets alloués sont plus importants pour des problèmes d'infrastructure routière, utilités sanitaires et le budget pour le tourisme peut être supprimé, car il n'est pas considéré très important.

Conclusion

Le développement du tourisme local ne peut être atteint sans l'aide de l'implication des communautés locales dans la prise de décision. Ils peuvent assister aux réunions, aux tables rondes avec les acteurs sociaux impliqués dans ce sens, afin de transformer les politiques de tourisme ou les remodeler. À cet égard, il est important de comprendre la dynamique socio-politico-économique de ceux impliqués dans ce développement.

La vision des acteurs dans le développement rural du tourisme est abordée dans de nombreux travaux, comme le montre la bibliographie de spécialité qui conceptualise cette forme de tourisme comme une dynamique des acteurs en Slovénie, en Roumanie, en Espagne, en France, en Israël.

La réalisation d'une analyse attentive concernant les acteurs impliqués dans ce processus peut générer une structure, une réorientation ou une meilleure promotion des interventions ou des actions, leur participation. Une analyse du travail de ces acteurs est nécessaire, car ils agissent sur le territoire d'une façon non homogène, en fonction de plusieurs facteurs : les différentes perceptions personnelles, professionnelles, sociales, et les besoins de chaque acteur, de la communication et des relations de collaboration entre eux, etc. Pour être plus clair, disons que trop souvent l'intérêt personnel est le plus important.

Les acteurs locaux ont tendance à transformer « l'espace » en fonction de leurs perceptions afin qu'il y ait une barrière entre la réalité territoriale et la réalité théorique ou bureaucratique.

Ce processus a amené l'idée que le tourisme peut être utilisé pour relancer le territoire et la communauté locale ; l'idée a été suggérée par Long (1989) qui stipule : « Il y a souvent un grand écart entre la rhétorique de la planification et de la politique nationale concernant le développement du tourisme dans les zones rurales et la réalité de ce qui se passe au niveau de la communauté local »²³.

Selon les intérêts, les ressources, les besoins et les perceptions des acteurs, leurs actions ne sont pas homogènes dans le territoire : à qui veut comprendre, il y a un écart vraiment très important entre les diverses zones des Monts Apuseni en ce qui concerne le développement territorial. Les acteurs locaux utilisent dans la plupart des cas les influences qui peuvent tourner à leur avantage quand ils ont à négocier, et s'emploient à obtenir certains avantages. Ils peuvent agir selon deux approches :

1. L'approche de bas en haut, où les acteurs du secteur privé s'orientent vers le secteur public, des conseils généraux au ministère (décentralisation) ;

2. L'approche haute vers le bas où les acteurs politiques gouvernement, émettant des politiques et des stratégies pour les régions ou les départements (Verbole, 2000).

Cependant nous pouvons poser certaines questions :

- Qui participe vraiment au processus décisionnel ?
- Quel acteur participe à l'aménagement du territoire ?
- Quel est le rôle de la population locale dans ce processus ?

²³ Verbole, A. (2000). Actors, Discourses and Interfaces of Rural Tourism Development at the Local Community Level in Slovenia: *Social and Political Dimensions of the Rural Tourism Development Process*, 8(6), 479–490.

- La population locale participe activement à la discussion des questions avec des acteurs professionnels ?
- Les officialités politiques sont impliquées dans le développement du tourisme ?
- Qui a le pouvoir dans le territoire ?

Il peut y avoir intérêt à réhabiliter l'infrastructure routière, la rénovation des bâtiments culturels ou éducatifs dans la localité, la construction d'églises ou le réaménagement des attractions touristiques. L'intérêt politique, économique, les intérêts sociaux ou personnels des acteurs ne coïncident pas toujours, il existe bien des différences d'un cas à l'autre. Selon le plan d'action et les objectifs de chaque acteur, nous pouvons identifier - pour une meilleure compréhension de ce phénomène : les universités et centres de recherche (Institut de Spéléologie Emil Racoviță de Cluj-Napoca, etc.), les acteurs professionnels du tourisme, la communauté locale, les acteurs privés représentés par des associations, des ONG, des acteurs publics et politiques qui ont le pouvoir de décision, les touristes.

Dans ce schéma, il est important de comprendre la fonction relève du système des acteurs, ce qui relève de leur gouvernance et ce qui relève de la politique de développement. L'analyse de la situation actuelle concernant le développement du tourisme peut se représenter par ces images : l'attractivité touristique représentée par des objectifs naturels et anthropiques de la région, l'identification et l'étape de l'analyse des acteurs et les groupes d'acteurs et la perception de l'interrelation complexe, avec des effets majeurs sur ce secteur.

Dans la partie III de la thèse, nous présenterons un inventaire des acteurs et leurs stratégies mis en place pour le développement local.

CHAPITRE III

LA RÉGION TOURISTIQUE APUSENI

Introduction

Ce chapitre de thèse a pour fonction de dresser l'état de l'art des concepts essentiels concernant le sujet « région touristique ». Ce chapitre 3 a pour objectif de définir la région par une approche géographique selon les différentes acceptations des géographes roumains et français. Nous présenterons l'évolution dans le temps de la définition de la région. Ensuite nous ferons une « régionalisation » des Monts Apuseni incluant les zones touristiques. Une analyse complète de la population ainsi que des acteurs publics, fait l'objet d'une interprétation de dimension régionale.

3.1. La région, un concept ambigu

3.1.1. La notion de région en Roumanie

Les géographes roumains qui ont contribué à la Géographie Régionale sont Dimitrie Cantemir, Simion Mehedinți et George Vâlsan. Le premier par l'œuvre « Descriptio Moldaviae », publiée à Berlin en 1717. Dimitrie Cantemir délimite une région –la Moldavie– comme entité physique avec le facteur anthropique. Simion Mehedinți avec son ouvrage « Terra » en 1911 parlera de « région naturelle ». Dans le même sens, le géographe George Vâlsan (1931) commente la notion de ce type de région.

Les contributions les plus consistantes à la géographie régionale ont été menées par Vintilă Mihăilescu pour la définition et la délimitation des régions géographiques (1968). Dans sa conception la région « désigne un territoire avec un contenu complexe, résultant de l'interaction de l'association entre l'interrelation des éléments naturels et ceux de l'économie et sociale. La région se distingue par la physionomie, la structure et les fonctions spécifiques ».

Dans les années 1970 à Bucarest les géographes Horia et Cornelia Grumăzescu, ont abordé la région à travers la théorie des systèmes. I. Ianoș (1981, 1993, 2000)²⁴ propose des critères d'une systématisation régionale autre que ceux physico-géographiques, ensuite définissent la région comme « un système géographique complexe ».

Une contribution récente est assumée par P. Cocean (2000, 2001, 2002) en délimitant les régions géographiques particulièrement viables comme pays.

La région touristique représente le plus haut niveau taxonomique sous l'impact de l'intégration et de l'extension, comprend de vastes domaines dans lesquels le phénomène touristique se déroule d'une manière complexe (Nicoară, Pușcaș, 2007, p. 22). Dans ce cadre on différencie généralement des zones touristiques, avec de nombreux centres et lieux touristiques. Et un certain nombre de fonctionnalités telles que : la grande extension territoriale, plusieurs sous-systèmes fonctionnels distincts, l'association de deux ou plusieurs types de tourisme, un fort potentiel touristique d'importance nationale ou internationale. La région touristique comprend de vastes zones dans ses limites à l'échelle du phénomène touristique qui se présente dans toute sa complexité. Les Monts Apuseni sont considérés comme une unité touristique indépendante, de rang supérieur. (Cocean, P., 2007, p. 235).

À travers son potentiel attrayant et varié, à l'intérieur de la région, le phénomène touristique y est diversifié. Le même auteur fait valoir que la fonctionnalité est une conséquence de la combinaison d'éléments potentiels naturels et anthropiques, la base matérielle et technique et des éléments dynamiques (la distribution spatiale des flux touristiques, la demande et l'offre touristiques). Un certain nombre de principes sous-jacents dans la régionalisation géographique sont applicables dans la région touristique : le principe d'objectivité, principe de l'homogénéité et de la communauté territoriale, le principe génétique, le principe de sélection des éléments de pilotage, le principe de la fonctionnalité, le principe de complexité, le principe d'unicité, le principe de comparabilité d'unités taxonomiques de la régionalisation.

Considérant le critère de la fonctionnalité et de l'adaptation au tourisme des régions de la Roumanie dans le contexte européen, nous croyons qu'Apuseni s'individualise comme région touristique avec des subdivisions comme les zones, les centres touristiques, les attractions touristiques (Nicoară, Pușcaș, 2007, p.117).

La zone touristique dans son contenu peut exprimer et caractériser du point de vue du potentiel et de la fonctionnalité touristique un territoire. La sous-zone touristique est définie

²⁴ Cocean, P., 2003, *Géographie régionale*, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca

comme des areas touristiques qui s'individualisent dans le cadre de la zone touristique, mais étroitement liées.

P. Cocean (2007) met l'accent sur la fonctionnalité de la zone c'est-à-dire que la zone touristique est un système spatial qui assure le bon fonctionnement d'un cycle touristique avec une grande complexité sous l'aspect des services touristiques (Pușcaș, Nicoară, 2007, p. 22). Ce principe est axé sur la spécificité ou la spécialisation de la zone touristique.

Pour la délimitation des zones touristiques, on prend en compte divers critères : l'accessibilité aux ressources touristiques, le degré de développement de l'infrastructure, l'intensité et l'orientation des flux touristiques, les principaux types et formes de tourisme pratiqués, les ressources humaines ou bien l'aspect économique de cette activité touristique (Nicoară, Pușcaș, 2007, p. 22).

Le centre touristique est le résultat de la concentration spatiale de plusieurs ressources touristiques (de même type) ou bien il peut être représenté par une station touristique ayant des fonctions complexes. L'attrait touristique est une unité qui associe à un site touristique une valeur touristique et l'infrastructure nécessaire pour la mettre en valeur (P. Cocean, 1996). L'infrastructure est représentée par les axes de communication, les bases d'hébergement, etc. L'attrait touristique a une extension réduite, en principe une ressource touristique particulière (grotte, lac, cascade, etc. ou monastère, forteresse, etc.) ainsi que l'infrastructure nécessaire pour la mettre en valeur.

3.1.2. La notion de région en France

La région fait l'objet de la définition suivante dans le Robert : « territoire relativement étendu, possédant des caractères psychiques et humains relativement étendu, possédant des caractères psychiques et humains particuliers qui en font une unit distincte au sein d'un ensemble qui l'englobe ». Mais, dans l'un de ses sens aujourd'hui les plus courants, la région identifie aussi une entité administrative (Cazelais et all, 2000, p. 17).

Selon le Dictionnaire de Géographie, la région est considérée comme « une entité spatiale de taille moyenne (entre localité et territoire national) forcément variable d'un pays à l'autre ». La région peut se concevoir comme un découpage géographique fondé sur la spatialisation d'un seul ensemble de caractères homogènes.

Ainsi, on l'assimile parfois à une étendue de territoire définie par l'unité de son architecture physique (région naturelle) : bassin montagneux, etc. (GDM, p. 777)

Selon Équipe MIT, (2005) « le lieu » désigne un concept « visant la compréhension d'un ensemble formé par l'association de réalités en un endroit (...) toujours en développement, d'une transformation d'un endroit ». Selon la même équipe (2005), le lieu touristique désigne un lieu inventé par le tourisme. Ainsi on distingue le site, le comptoir, la station, la ville, station-ville, ville à fonction touristique. Un lieu peut désigner un endroit, une place, un lieu-dit, une localité, un site, etc. (Berque, A., p. 555).

Selon Lazzarioti, (2010) « ce sont les touristes qui, par leur présence, définissent un lieu comme touristique ». Dans ce « lieu touristique », chaque touriste va être en contact avec différents « acteurs accueillants » qui vont lui fournir des prestations ou des services.

En outre, on va appliquer la méthodologie de recherche du général au particulier.

Selon P. Cocean (1984), la délimitation des zones touristiques du karst Apuseni a pris en compte les éléments suivants :

1. L'individualisation spatiale des zones ;
2. La spécificité des structures ;
3. L'irrépétabilité dans un espace limité ;
4. La perspective de l'exploitation touristique, rentabilité économique, fonctionnalité ;
5. Le développement de l'aire d'influence. À travers ces critères la région Apuseni a été délimitée comme zone touristique présente en continuité avec les massifs montagneux.

Plusieurs auteurs ont contribué à la régionalisation des Monts Apuseni. Nous prenons en compte l'approche de l'auteur Pompei Cocean (1984), car il a mené plusieurs études dans cette région et il est originaire d'Apuseni. La dimension régionale des Monts Apuseni comprend : la zone touristique des monts Pădurea Craiului, la zone touristique des monts Bihor, la zone touristique des monts Trascău, la zone touristique des monts Métallifères et la zone touristique des monts Codru Moma (Figure no 9).

La région Apuseni

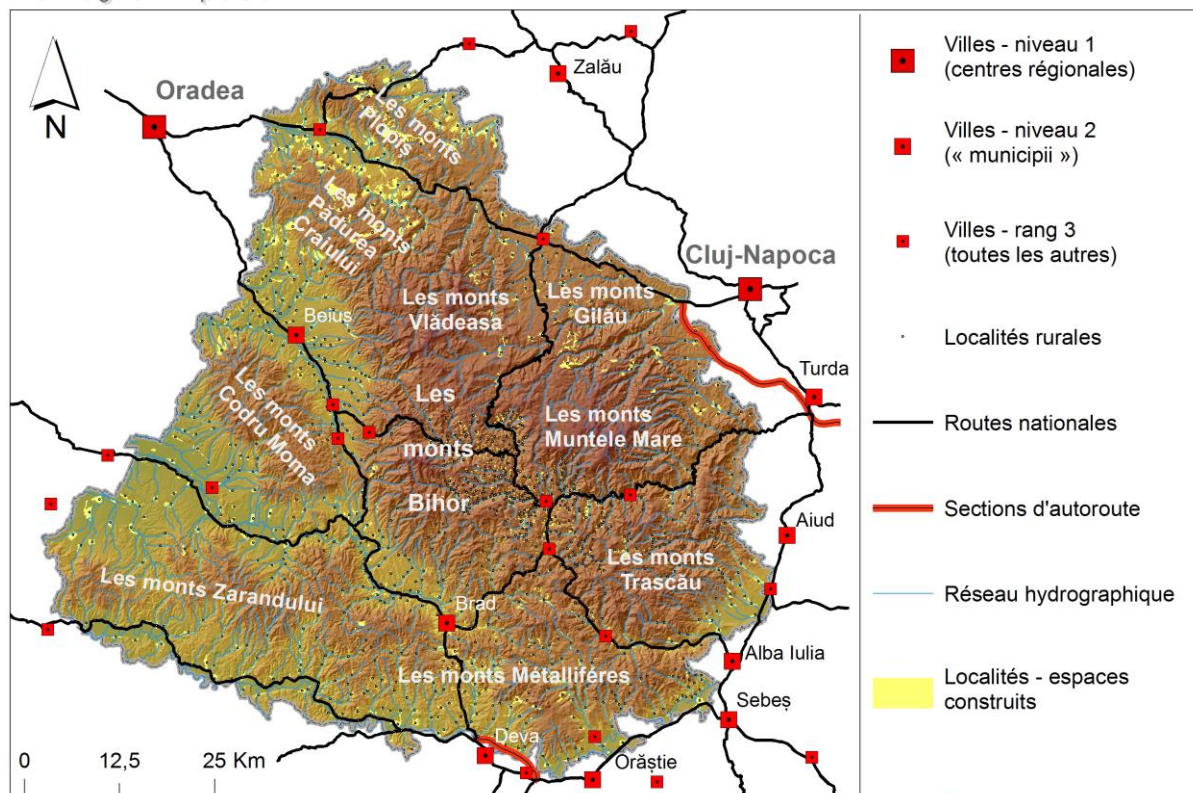


Figure no 9 La Région Apuseni

3.2. La dimension régionale des Monts Apuseni

On cite comme caractéristiques des Monts Apuseni, les paysages karstiques et les cascades, ainsi que les attractions culturelles : forts romains, châteaux, églises en bois, musées et aussi des artisans, spécifiques de la culture traditionnelle locale (Pays de Moți, Pays de Zarand, etc.), plus la « foire du mont Găina ». Toutes ces attractions en font une destination touristique attrayante au niveau national, voire international, avec une offre touristique riche.

Certaines zones rurales dans les Monts Apuseni, comme le Pays de Moți, les zones Arieșeni, Albac, Gârda de Sus, Scărișoara, Horea et Vadu Moților présentent une infrastructure relativement développée avec un grand nombre de possibilités de tourisme rural et d'écotourisme (Petrea, R., 2004).

Cette forme de tourisme a augmenté après le communisme, après 1989, une fois que les premières maisons d'hôtes ont été créées dans des maisons de résidents, ou grâce à la

réalisation de fermes agrotouristiques. Dans la dernière décennie, on a pu trouver de plus en plus des bases diversifiées d'hébergement, de services ou des associations / ONG engagées dans certaines activités ou projets favorables au développement du tourisme local et à leur planification (intégration dans l'U.E., accès aux fonds de l'U.E. et augmentation du nombre de touristes étrangers).

L'infrastructure touristique.

Les conditions de service pour recevoir les touristes ne sont pas encore au niveau souhaité, mais certainement elles se développent. Au cours des dernières années, se sont ouverts de plus en plus d'hôtels, motels, terrains de camping ; ont vu le jour des actions pour développer l'agrotourisme, les marquages de sentiers dans les montagnes, etc. Promouvoir le tourisme dans cette région pourrait augmenter considérablement les recettes dans ce domaine.

Limites.

La limite de l'ouest de la région Apuseni est à environ 40 km de la frontière avec la Hongrie, proximité géographique importante sur le plan économique surtout. Pour cette raison, à l'initiative du conseil général de Bihor (Roumanie) et des gouvernements locaux Hajdu-Bihar (Hongrie) a été créée fin 2002 l'euro région Bihor-Hajdu-Bihar qui a reconnu le rôle important joué par la coopération transfrontalière dans les domaines d'intérêt du processus commun d'intégration européenne²⁵.

Les zones touristiques sont :

3.2.1. La zone touristique des Monts Pădurea Craiului comprend quatre zones :

1. La zone du défilé Crișul Repede s'étend dans le centre-nord des Monts, la vallée Crișul Repede, Bratca et Vadu Crișului. Elle inclut les vallées Mișid et Brătcuța, la dépression karstique Cămârzan-Zece Hotare, etc. La zone bénéficie du défilé Crișul Repede entre Șuncuiuș et Vadu Crișului et Grotte Vântului.

Le défilé Crișul Repede s'étend de la localité Bucea à la localité Vadu Crișului. Il présente trois zones (Bucea-Lorău, Bratca-Șuncuiuș, Șuncuiuș-Vadu Crișului) séparées par deux bassins de dépression Lorău-Bratca et Șuncuiuș (P., Cocean, 2000, p. 120).

On accède à la grotte du Vent « Vântului » à partir du village Șuncuiuș. La grotte est située dans le défilé de Crișul Repede. La Grotte du Vent a 47.000 m² et a été découverte en

²⁵ <http://enciclopediaromaniei.ro/>

1957 par l'ingénieur Bagameri Bela²⁶. Il s'agit de la grotte la plus longue de Roumanie, qui a des calcaires formés il y a 200 millions d'années. Elle est traversée par une rivière souterraine, elle subit une érosion permanente. En 2003, la grotte pouvait être visitée par les touristes dans un circuit de 730 m de galeries. En 2004 elle devient « Zone naturelle protégée Grotte du Vent ».

Dans la zone du défile Crișul Repede nous trouvons encore deux grottes : la grotte Ungurului, la grotte Vadu Crișului et de nombreuses autres cavités de taille plus modeste. Sont présentes aussi les grottes Vadu Crișului, Bâtrânului, etc. (Figure no 10-11).



Figure no 10 Gorges Vadu Crișului



Figure no 11 Grotte Vadu Crișului

Source photo : Mariana C., terrain 2015

D'autres attraits touristiques dans la zone sont : izbucul Izbândiș, grotte Moanei, gorges Brătcuței, « ponoarele » de Cămârzan, grotte Izbândiș. De provenance anthropique sont « crângurile » Cămârzan, Pojorita, les coutumes et traditions de la zone Vadu Crișului.

2. La zone Vallée Iada s'étend entre la confluence de la vallée Crișului Repede et la station touristique Stâna de Vale. La zone bénéficie de la présence des pentes karstiques de Bulz et Remeți, la grotte avec de l'eau Bulz, la grotte avec de l'eau de la vallée Leșu, le lac d'accumulation Leșu.

Stâna de Vale est une station thermale dans les Monts Vlădeasa (département de Bihor) et représente un point important d'où plusieurs circuits partent pour visiter la cascade Moara Dracului (Figure no 12), la cascade Săritoarea Ieduțului, la cascade Vălul Miresei, la cascade

²⁶ <http://www.pesteravantului.ro/prezentare-pestera-vantului.html>

Iadolina, le sommet Poieni ou la grotte Meziad. Dans la station Stâna de Vale il y a une compagnie privée qui détient la marque d'eau minérale du pays, Eau des Merveilles « Izvorul Minunilor ».



Figure no 12 Cascade Moara Dracului

Source photo : Mariana C., terrain 2015

Dans la zone on trouve aussi la Vallée de Drăgan avec le Lac Floroiu et le barrage Drăgan (Figure no 13).



Figure no 13 Barrage Drăgan,

Source photo : Mariana C., terrain 2015

3. La zone « Albioara » - Șoimuș s'étend dans le bassin de la vallée Roșia. La zone est mentionnée pour les attraits touristiques comme les grottes Bonchii, Ciur-Izbuc, Meziad, les gorges Albioarei, Lazurilor, « izbucul » Roșia et Toplița, etc.

La grotte Meziad est située à une altitude de 397 mètres avec un portail de 16 mètres de hauteur et 10 mètres de largeur. La grotte est une aire protégée et dépend de la custode de la mairie Remetea et l'association C.A.P.D.D. Bihor. La grotte a deux niveaux : supérieur (1542 mètres) et inférieur (3208 mètres). Dans la grotte ont été trouvées des traces du paléolithique et du néolithique, ayant été habité par Homo sapiens et des animaux *Ursus spelaeus*. Dans la salle « Liliecilor » il y a une grande colonie de chauves-souris. La grotte Meziad a été la première grotte électrifiée du pays (Figure no 14-15-16).



Figure no 14 Entrée dans la grotte Meziad



Figure no 15-16 Stalagmite



Source photo : Mariana C., terrain 2014

Dans la zone une autre grotte importante est la grotte Farcu avec des cristaux. La Grotte Farcu est la cavité la plus importante trouvée dans ce périmètre, ayant une expansion 251 mètres et 16 mètres subsidence. Il y a une grotte géode, sans entrée naturelle pénétrable. Lorsqu'elle a été découverte, la grotte a été considérée comme une valeur inestimable. Ce qui la rendait si spectaculaire était la variété et la taille des cristaux, mais aussi les stalactites « macaron », atteignant de 1,5 à 2 mètres. Malheureusement, peu de temps sa découverte la grotte a été vandalisée par les mineurs, qui ont vendu des cristaux de cette grotte. Dans une ancienne galerie de mine a été aménagé un musée minier. La réserve avec la libellule est devenue déjà célèbre (Figure no 17-18).



Figure no 17 La réserve avec la libellule

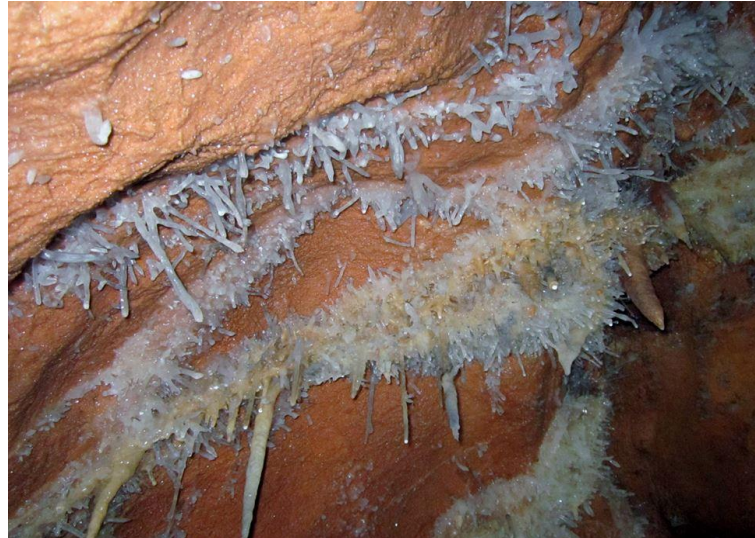


Figure no 18 Des cristaux dans la Grotte Farcu

Source photo : Mariana C., terrain 2014

4. Zone Vallée Vida comprend la partie ouest des Monts Pădurea Craiului. Les attraits touristiques importants sont les gorges Videi, Grotte de Cubleş et le lac d'accumulation Vida. Selon l'auteur P. Cocean (1984, p. 122) la zone ne présente pas d'attraits aménagés.

3.2.2. La zone touristique des Monts Bihor propose plusieurs attraits touristiques, divisés en quatre zones et sous zones :

1. Zone Padiş-Grotte Ponorului se déroule dans les Monts Bihorului (centre) occupant le bassin Padiş-Cetăţile Ponorului, Vallée Galbenei et le karst du bassin Bulzului. Elle représente la zone la plus valorisée de la région Apuseni où l'on délimite quatre sous zones :

- 1.1. La sous-zone Padiş comprend les grottes Padiş, Şura Boghii ; l'escarpement des gorges Bulzului et le lac Vărăşoia (Figure no 19). La sous-zone est desservie par la route d'accès Pietroasa-Padiş et Ic Ponor/Horea-Padiş. La sous-zone comprend le chalet Padiş et des autres bases d'hébergement.

La sous zone Vărăşoia représente deux plateaux karstiques de grandes dimensions situées dans le nord de la Prairie Padiş et est englobée entre le sommet Piatra Boghii, sommet Măgura Vânăţă, sommet Vărăşoia (Figure no 20) et le bassin de la vallée Someşul Cald. La

sous-zone a deux parties : Prairie Vărășoiaia-Sud et Prairie Vărășoiaia-Nord. La Prairie Vărășoiaia-Sud a plusieurs lacs karstiques, grotte et avens, dont le plus connu est l'Aven V5. La Prairie Vărășoiaia-Nord est une vallée inclinée vers le versant Vărășoiaia. Le sommet Vărășoiaia a 1.441 mètres et un point de vue sur la dépression Beiuș, les vallées Boga et Rea, les sommets Cârligate et Șaua Cumpănățelul, les Prairies Cuciulata et Onceasa, les gorges Someșului, les Monts Măgura Vânăță, Padiș et le sommet Biserica Moțului. La partie sud comprend Groapa Ruginoasa et les sommets Vârtop et Curcubata Mare. Le sommet Vărășoiaia représente un de plus beaux panoramas de la zone Padiș.



Figure no 19 Le Lac Vărășoiaia

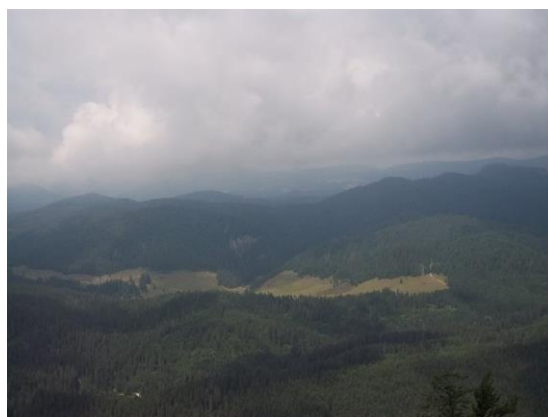


Figure no 20 Vue du sommet Vărășoiaia

Source photos : Mariana C., terrain 2015

2.3. La sous-zone « Groapa de la Barsa » est située dans le bassin de dépression karstique au sud du sommet Băileasa. La sous-zone est formée par les grottes Zăpodie, Neagră, et Glacier Barsa. Les grottes sont importantes du fait des spéléotermes, des lacs souterrains, des cascades ou encore des glaciers dans les grottes « Ghețarul Barsa » et « Ghețarul Focul Viu ». Dans cette sous-zone, le circuit touristique le plus connu est de la Grotte Focul Viu-l'Aven à Borțig-Pietrele Galbenei.

La grotte au glacier « Focul Viu » est l'une des grottes situées dans les Monts Bihorului. Elle est située sur la vallée Galbena, à proximité de « Piatra Galbenei » à une altitude de 1.165 mètres. On accède à la grotte en descendant un couloir et des escaliers. La grotte se compose de deux salles. La grande salle a une hauteur de 46 mètres et une longueur de 68 mètres et le glacier a 25.000 mètres cubes. Le glacier est le 3ème plus grand en taille, après ceux de Scărișoara et Borțig. Le plafond de la grande salle est partiellement ouvert par une large fenêtre, à travers laquelle, dans le temps, des troncs d'arbres sont tombés, et ont donc été pris au piège dans le glacier. Du côté opposé à l'entrée de la grande salle, il y a plusieurs

groupes de stalagmites, parce que le soleil descend ses rayons sur eux qui donnent des lumières vives. Ainsi la grotte a été nommée « le Feu Vivant » « Focul Viu » (Figure no 21-22).



Figure no 21 La Grotte « Focul Viu » –
aménagement touristique

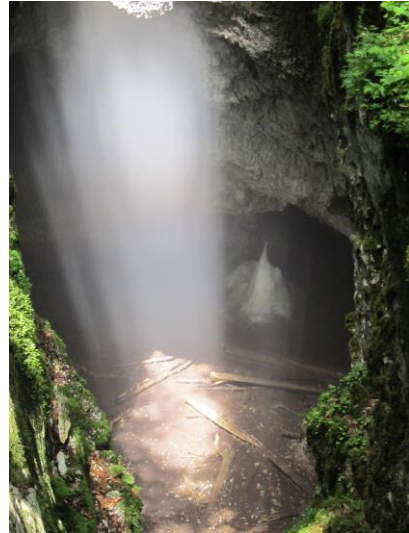


Figure no 22 La Grotte « Focul Viu »
Source photos Mariana C., terrain 2014

Pierres Jaunes « Pietrele Galbenei » (1.243 mètres) est situé dans la partie extrême sud de la Barsa Pit « Groapa Barsa », où un sentier touristique traverse la forêt. Le versant sud est un abrupt calcaire, de plus de 200 mètres de profondeur, avec des vues larges. Grace aux vues panoramiques Pietrele Galbenei offre l'un des plus beaux panoramas dans les Monts Apuseni (Figure no 23-24).

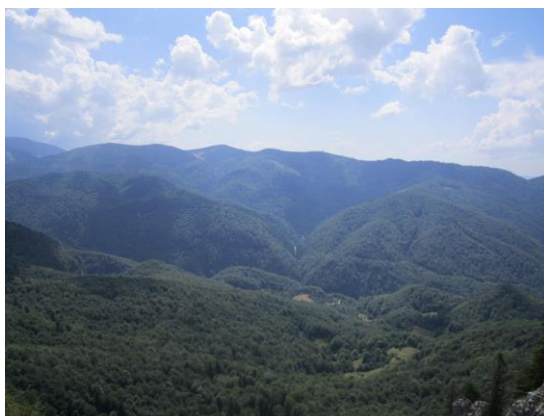


Figure no 23-24 Vue panoramique
Pietrele Galbenei



Source photos Mariana C., terrain 2014

L'Aven Bortig a une entrée d'un diamètre de 35 m. À la base de l'entrée, on peut voir un gros bloc de glace ayant un volume de 30.000 mètres cubes, le deuxième plus grand dans le pays. L'aven est situé au-dessus du parcours souterrain de Cetățile Ponorului, dont l'accès a été bloqué par la banquise (Figure no 25-26).



Figure no 25 L'Aven Bortig



Figure no 26 L'Aven Bortig

Source photo : Mariana C., terrain 2014

Groapa Barsa est une zone de dépression karstique d'une forme ovale avec un climat humide et une végétation luxuriante (Figure no 27), avec de nombreuses dolines (Figure no 28) et deux grottes (Zăpodie et Barsa). Dans une doline nous trouvons le Lac Noir « Tăul Negru » (Figure no 29). La plus grande grotte dans cette sous-zone est Zăpodie, dans la partie sud de la dépression de 7 km de longueur, grotte au parcours difficile. La deuxième grotte du lac Noir « Neagră » a 4 km, visités seulement par les spéléologues expérimentés. Les deux grottes sont reliées entre elles. Une autre grotte importante est la grotte du glacier « Barsa » (Figure no 30). L'entrée est accessible et présente un bloc de glace.

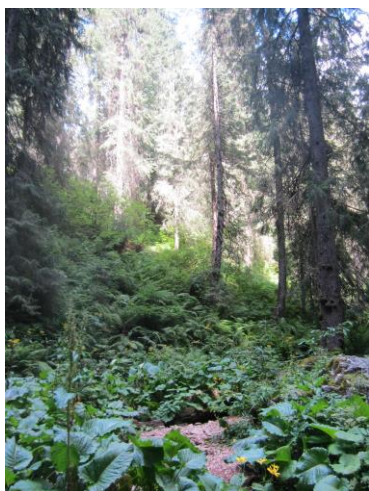


Figure no 27 Végétation luxuriante à Groapa Barsa



Figure no 28 Petite doline
Source photo : Mariana C, terrain 2014



Figure no 29 Le Lac Noir « Negru »



Figure no 30 Entrée dans la Grotte Noir « Neagră »

Source photo : Mariana C, terrain 2014

2.3. La sous-zone Grotte Ponorului inclut le plateau Lumea Pierdută « Monde Perdu », la vallée Cetăților et également le complexe karstique Cetățile Ponorului. Le Complexe karstique « Cetățile Ponorului » se trouve dans le Parc Naturel Apuseni (P.N.A.), aire protégée, Catégorie IV Paysage Terrestre Protégé de l'IUCN (Union Internationale pour la Conservation de la Nature). Fondé en 2004, il est situé au cœur des Monts Apuseni, et s'étend sur trois départements : Cluj, Alba et Bihor.

Le Parc offre un potentiel naturel et culturel fabuleux : une zone montagneuse avec des paysages pittoresques, une grande variété de flore et faune spécifiques aux Carpates, de

superbes monuments naturels (gorges, grottes, glaciers souterrains). Le Parc est situé dans la région historique de Transylvanie (Chindriș M., 2014). Le Complexe karstique « Cetățile Ponorului » avec la vallée de Galbena est situé dans les Monts du Bihor (plateau Padiș) à 950 m d'altitude. Le Complexe a été déclaré aire protégée en 1952, puis a obtenu le statut de monument naturel sous la garde de l'Académie roumaine (Chindriș M., 2015). Aujourd'hui, le Complexe karstique « Cetățile Ponorului » est sous la tutelle du Parc Naturel Apuseni. Les touristes peuvent visiter la zone de surface et les galeries souterraines des grottes, mais des moyens d'éclairage et des équipements appropriés sont nécessaires. Impressionnant : le grand portail Ponor (Figure no 31), qui a 74 mètres de hauteur et les dolines « Doline » gigantesques (Figure no 32) qui montrent l'ampleur de ce relief karstique de la Roumanie. Le complexe a également le lieu-dit « Balcoane » qui offre une vue panoramique sur les dolines. (Figure no 33). Le circuit est accessible depuis le plateau Padiș en suivant le sentier de balisage point bleu (2 heures) et le chemin forestier de la route Pietroasa-Padiș (Cocean P., 1984).



Figure no 31-32-33 La porte d'entrée à Cetățile Ponorului, Accès à la Doline II depuis le Portail, les Balcons de la Doline III Source photos Mariana C., terrain 2014

Le Monde Perdu « Lumea Pierdută » est un plateau karstique traversé par deux vallées, Vallée Ursului et Pârâul Sec. Ce plateau a de la végétation et de la forêt, ainsi dans le souterrain il y a un système de galeries actives. À la surface sont des dolines et avens dont le plus connu est l'Aven Noir « Negru » (108 mètres) et l'Aven Gemănata (92 mètres). La grotte Căput a une galerie descendant en escalier avec de nombreuses cascades de 2.000 mètres. Cette sous-zone inclut les escarpements dolines Gemănata, l'Aven Noir « Negru » et l'Aven Couvert « Acoperit » ; grotte Căput, Aven Bortig ; le lac et la colline du Prairie Ponor « Poiana Ponor » (dépression) ; la vallée Cetăților et la grotte « Cetățile Ponorului ». Ici nous

trouvons le gîte Cetățile Ponorului (Figure no 34) et la zone de camping « La grajduri » (Figure no 35).



Figure no 34 Le gîte Cetățile Ponorului

Figure no 35 La zone de camping « La grajduri »

Source photo : Mariana C., terrain 2015

2.4. La sous-zone Vallée Galbena s'étend dans le bassin hydrographique Galbena. Ici nous trouvons les gorges Galbenei, la source « Izbul Galbenei » (Figure no 36), des grottes et la Prairie des Fleurs « Poiana Florilor ». Les Gorges Galbenei sont un exemple typique de capture souterraine. Elles comprennent la cascade Evantai (Figure no 37). Situé dans le bassin sud-ouest et l'ouest du bassin Padiș-Cetățile Ponorului, vallée Galbena représente un couloir de drainage pour la majorité des eaux de la dépression Beiușului. Presque tout au long de son trajet, la vallée Galbena comprend des secteurs de gorges étroites, des parois verticales étroites et des pentes raides, avec de nombreuses cascades. Les gorges Galbenei sont très difficiles à franchir (Figure no 38-39). Le secteur entre la source « izbul Galbenei » et la confluence avec la vallée Lușoara est le plus spectaculaire, formant un canyon étroit, bordé par des murs de 100 mètres.



Figure no 36 « Izbucul » Galbena

Figure no 37 Cascade « Evantai »

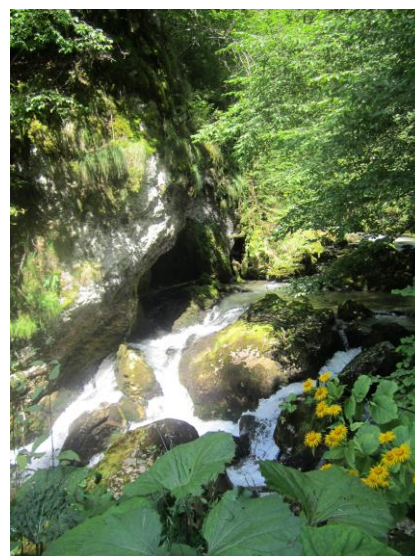


Figure no 38-39 Gorges Galbenei

Source photo : Mariana C., terrain 2014

La Prairie des Fleurs est située sur le versant « Pierres Galbenei » qui va jusqu'à la vallée Galbenei. Cette prairie est un paradis de fleurs pendant les mois d'été, car elle est une zone protégée (Figure no 40).



Figure no 40 La Prairie des Fleurs, source photo : Mariana C., terrain 2014

3. La zone Scărișoara-Casa de Piatră avec deux sous zones de la partie de sud-est des Monts Bihor, dans le bassin de la vallée Gârdișoara.

3.1. La sous zone Scărișoara-Ocoale inclut le glacier souterrain Scărișoara, les gorges Ordâncușii, la grotte Poarta lui Ionele, la grotte Pojarul Poliței, l'Aven Zgurăști, l'Aven de « Șesuri ». L'attrait touristique le plus connu des Monts Apuseni est la grotte glacier Scărișoara. Le plateau karstique Ocoale a plusieurs branches : la grotte Scărișoara est

située à une altitude de 1165 mètres, au bord du plateau karstique de Scărișoara dans la commune Gârda de Sus.

La grotte est déclarée monument naturel et réserve spéléologique. Sa longueur est de 700 mètres et sa profondeur de 105 mètres. On y descend par un aven de 48 mètres de profondeur et a jusqu'à 60 mètres diamètre, au fond duquel se trouve le portail de la grotte proprement dite. Large de 17 mètres et haut de 24 mètres, celle-ci donne accès à la Grande Salle qui, prolongée par la salle nommée l'Église, constitue la principale attraction touristique de la cavité. Dans la Grande Salle s'ouvrent deux zones profondes, la Grande Réserve et la Petite Réserve, partiellement dépourvues de glace et richement ornées de concrétions de calcite. Le bloc de glace a un volume de 100.000m³²⁷, une épaisseur maximale de 22.5 mètres et un âge estimé à 3.800 ans, de sorte qu'il est le second en taille, mais le plus ancien au monde (Figure no 41-42).



Figure no 41 L'entrée dans la grotte
Scărișoara



Figure no 42 Le glacier Scărișoara
Source photo : Mariana C., août 2014

Les Gorges Ordâncușei (Figure no 43-44) s'étendant sur 2,5 km dans la vallée Ordâncușa, affluent gauche de la rivière Gârda Seacă. La route monte vers la vallée Ordâncușa, gardée par de grands murs de calcaire qui se resserrent tellement que la route repose sur quatre ponts en béton qui occupent toute la largeur de la vallée. Les murs abritent de nombreuses grottes et des portails (70).

La grotte « Poarta lui Ionele » (Figure no 45-46), située dans la vallée Ordâncușa a une altitude de 810 mètres. Pour la visiter, nous devons monter un versant avec des débris pendant environ 200 m. Cette grotte a un développement précaire (324 mètres) et la visite

²⁷ http://www.welcometoromania.ro/Apuseni/Apuseni_Pestera_Scarisoara_r.htm

doit être effectuée avec une source de lumière. La grotte abrite une grande colonie de chauves-souris et possède un lac temporaire. Dans la même zone nous trouvons l'Aven Glacier « de sub Zgurăști » découvert en 1929 par René Jeannel et Emil Racoviță. L'aven est connu pour les grands portails avec des galeries.



Figure no 43-44 Gorges Ordâncușii



Source photo : Mariana C., terrain 2014



Figure no 45 Grotte « Poarta lui Ionele »



Figure no 46 Colonie de chauves-souris

Source : www.welcometoromania.ro

La grotte Pojarul Poliței n'est pas loin de la grotte Scărișoara. Située a 1070 m altitude dans le lieu-dit « La Pojar » et découverte en 1921 par le savant Emil Racoviță et Réne Jeannel. La grotte a une longueur de 450 mètres et commence par une verticale de 10 mètres. Les configurations connues sont : « Capita » (Figure no 47), une stalagmite d'un diamètre de 6 mètres, la hauteur de 8 mètres et « Patul Miresei », stalagmite en forme de fuite blanche avec un drain rouge au milieu. Des traces de « *Ursus spelaeus* » ont été trouvées dans la grotte qui présente plusieurs galeries riches en concrétions (cristaux) (Figure no 48).



Figure no 47 Dôme stalagmite « Capita »

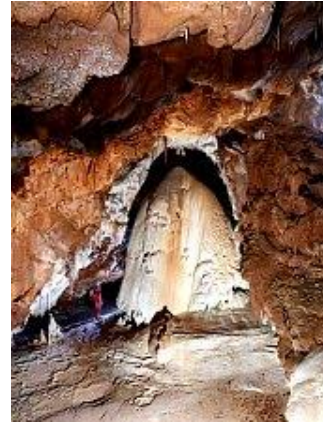


Figure no 48 Salle dans la grotte

Source : www.welcometoromania.ro

L'aven de « Șesuri » est à 1120 mètres d'altitude dans l'extrémité sud de la dépression Ocoale et a une longueur totale de 4270 m. Sa première exploration date de 1950. Cet aven n'est accessible qu'aux spéléologues expérimentés, avec un bon équipement technique.

3.2. La sous-zone Casa de Piatră est située dans le secteur de la vallée Gârda, dans le bassin de la vallée Gârdișoara. Ici on mentionne « le hameau Maison en Pierre » « Casa de Piatră ». Ici on trouve aussi les grottes Coiba Mare, Coiba Mică, Oilor, Glacier du Vârtop « Ghețarul de la Vârtop » ; la source « izbucul » Cotețul Dobreștilor, Coiba Mare, etc.

Le Glacier du Vârtop « Ghețarul de la Vârtop » est une réserve spéléologique et peut être visité uniquement avec un guide, qui habite dans le hameau « Casa de Piatră ». Pour arriver à visiter les grottes Coiba Mare et Coiba Mică les touristes doivent partir du centre de la commune Gârda de Sus sur le même chemin pour arriver à la grotte Glacier Vârtop.

La grotte Coiba Mică est située à 600 m au nord de Casa de Piatră (hameau) (Figure no 49) sur le versant droit de la vallée Gârdișoara ou vallée Gârda Seacă. L'exploration et la cartographie de la grotte ont été faites en 1973 par le spéléologue Vălenaș. La grotte ne peut être visitée que par les spéléologues expérimentés, son accès est difficile à cause des arbres à l'entrée, mais également à cause des lacs et cascades qui sont dans la grotte sur une longueur de 270 m.



Figure no 49 Hameau Casa de Piatră

Source photo : Mariana C., terrain 2014

La grotte Coiba Mare est connue des touristes pour son grand portail de 47 mètres hauteur et 74 mètres largeur, le plus grand de Monts Bihor. Son exploration date de 1953 par I. Viehmann, D. Coman et M. Bleahu. Ses galeries font 5680 mètres. À l'entrée on trouve la Grande Salle suivie de la Salle Jeannel, la Salle de Confluence qui fait le lien avec la grotte Coiba Mică. La galerie Confluence « Sala Confluenței », la rivière souterraine coule sur 20 m en formant une cascade de 3 m où un lac est apparu. Le lac ne peut pas être traversé qu'en bateau gonflable et a été nommé le Lac de la Mort « Lacul Morții », qui ferme le circuit des galeries dans la grotte Coiba Mare. L'« izbuc » Tăuz n'est pas loin pour la visite (Figure no 50).



Figure no 50 Izbucul Tăuz



Figure no 51 L'entrée dans la grotte Coiba Mare

Source photo : Mariana C., terrain 2014

Dans cette sous-zone, nous avons une commune importante, Arieșeni sur la vallée Arieșului Mare. Le hameau Pătrăhățești est représentatif pour le Pays de Moți. Les touristes peuvent visiter le musée Pătrăhățești pour découvrir la culture locale, la gastronomie et aussi les coutumes. Dans la zone sont spécifiques le « tulnic » un instrument de musique (Figure no 52-53).



Figure no 52-53 Musée
Pătrăhăițești



Source photo : Mariana C., terrain
2014

Dans le même hameau, les touristes peuvent voir la cascade Pătrăhăițești située à 30 minutes de marche.



Figure no 54 Cascade
Pătrăhăițești, Source photo :
Mariana C., terrain 2014

Les touristes peuvent loger chez l'habitant pour pratiquer l'écotourisme. Un autre attrait est constitué par le sommet Curcubata Mare ou Bihor (1849 mètres), le sommet le plus haut des Monts Apuseni. Près de la station de ski Vârtop-Arieșeni (Figure no 55) les touristes peuvent visiter la cascade Vârciorog (Figure no 56), le sommet Piatra Grăitoare, grotte Poarta Bihorului et Groapa Ruginoasa.



Figure no 55 Station du ski Vârtop



Figure no 56 Cascade Vârciorog

Source photo : Mariana C., terrain
2014/2015

Groapa Ruginoasa est un énorme ravin rouge, d'environ 600 mètres de large et 100 mètres de profondeur. Il a été formé par l'érosion de la pluie, extrêmement active, laissant des dépôts de quartzite grès et argile rouge. La végétation est présente uniquement sur les frontières escarpées du ravin (Figure no 57-58).



Figure no 57-58 Groapa Ruginoasa

Source photo : Mariana C., terrain 2014

4. La zone Vallée Sighiștel-Vallée Crăiasa est située dans le bassin de ces deux vallées. La vallée Sighiștel est importante pour les grottes et les gorges (Măgura, Coliboaia, etc.) ; dans la vallée Crăiasa en 1975 a été découverte la grotte des Ours « Ursilor » à Chiscau.

Cette grotte est l'une des principales attractions des Monts Apuseni. Elle est située dans le département de Bihor, dans les environs du village Chișcău, à une altitude de 482 m. La

Grotte d'Ours a été découverte en 1975 à l'occasion d'un dynamitage dans le secteur de la carrière de marbre, pendant les travaux miniers. Le mineur Traian Curta a exploré pour la première fois cette grotte jusqu'à la grande salle de la galerie. Une première exploration de la grotte a eu lieu le 20 septembre 1975, faite par le groupe de spéléologues amateurs « Speodava » de la ville de Ștei. Après 5 ans d'aménagements de classe mondiale, la grotte a été ouverte aux visiteurs le 1er juillet 1980. Le nom vient des nombreux ossements d'ours (*Ursus spelaeus*) trouvés dans la grotte qui ont un âge de 100.000 ans.

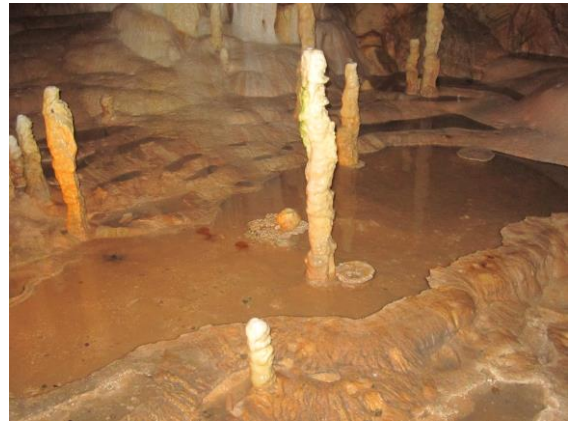
La grotte est de 1.500 mètres longueur et fonctionne sur deux niveaux distincts. L'étage supérieur, sur 800 mètres longueur est entièrement aménagé. L'étage inférieur à 700 m représente le secteur actif de la cavité, plus complexe avec moins de concrétions représentatives, mais avec un régime de réserve scientifique (521 mètres, le secteur de la Classe A). En plan longitudinal de plusieurs secteurs (Figure no 59-60-61-62):

- Galerie « d'Ours » (ou la Galerie d'Os) à l'entrée ;
- Galerie « Emil Racoviță », est la partie plus longue et plus grande de la grotte
- Galerie « des Bougies » (Lumânărilor) est la plus spectaculaire des trois galeries visitables ;
- Salle « des Bougies » (Lumânărilor) ;
- Salle « Spaghetti » (Spaghetelor) ;
- Salle « d'Os » (Oaselor) ;
- Réserve scientifique - est accessible uniquement aux professionnels.

On remarque les plus connues des formations de stalactites et stalagmites : Palais enchantés « Palatele fermecate », le Lac avec les lis « Lacul cu nuferi », « Mastodontul » et la Maison des nains « Căsuța Piticilor », les Rideaux de la Galerie d'Ours « Draperiile din Galeria Urșilor », le Portail « Portalul », « Pagodele » et dans la dernière salle, le Conseil des Sages « Sfatul Bătrânilor », illuminés par des bougies. Grotte d'Ours est l'une des attractions touristiques les plus importantes de notre pays, parce qu'elle est unique en Roumanie et en Europe.



Figure no 59-60-61-62 Les galeries dans la grotte d'Ours



Source photo : Mariana C., terrain 2014



Les traces d'Ursus spaleus dans la grotte



Source photo : Mariana C., terrain 2014

Dans la localité Chișcău (commune Pietroasa) on trouve le musée d'ethnographie Horea et Aurel Flutur qui date de 40 ans.

5. Zone Défile Someșului Cald inclut la grotte Cetățile Rădesei, grotte Onceasa, Alunului, etc. La grotte Cetățile Rădesei (Figure no 63-64) a un grand portail de 15 mètres hauteur dans laquelle entre la rivière Rădeasa. La grotte a un tunnel long de 212 mètres. En aval le tunnel se poursuit par un canyon à environ 50 mètres de longueur et très étroit. La grotte peut être visitée par les touristes sans difficulté. Après la sortie de la grotte et le canyon, les touristes peuvent faire une pause dans la Prairie Rădeasa.



Figure no 63 Grotte Cetățile Rădesei



Figure no 64 Gorges Cetățile Rădesei

Source photo : Mariana C., terrain 2014

Dans le bassin Someșului Cald nous trouvons un autre attrait, les gorges Someșului Cald. Les gorges ont une différence de niveau assez grande et sont plus difficiles à visiter par les touristes. Dans cette zone les touristes trouvent plusieurs grottes, canions, gorges, « izbucuri » avec des paysages sauvages.

3.2.3. La zone touristique des Monts Trascău

1. La zone Belioara-Bedeleu présente les attraits touristiques de la vallée Arieșului : l'escarpé Bedeleu entre les localités Sălciua et Vidolm, la grotte Huda lui Papară, les gorges Poșagii, Runcului, Ocolișelului, la crête Scărița-Belioara, la grotte Poarta Zmeilor. Dans la zone on mentionne aussi l'église de Lupșa (1421).

La Ruelle de Papară « Huda lui Papară » (Figure no 65-66) est une grotte accidentée qui se trouve dans la commune Sălciua (département d'Alba), de plus, on y rencontre la plus grande colonie de chauves-souris du continent. Cette réserve spéléologique abrite des formations karstiques dans la plus longue caverne des Monts de Trascău. La zone protégée sur une superficie de 4,5 ha est la paroi calcaire où s'ouvre la grande entrée de la caverne, ainsi que les galeries d'une longueur de 2022 mètres.



Figure no 65-66 La Ruelle de Papară

Source photo : www.welcometoromania.ro

2. La zone Râmeț-Întregalde est située dans la partie centrale des Monts Trascău avec les vallées Gâlda et Stremț. Cette zone est marquée par la présence des gorges Mănăstirii, Râmețului (Figure no 67), Pravului, Balții, Geoagelului, Tecșeștilor, Întregalde, Cetii, Gâldei, Gâldiței ; les crêtes calcaires Pleașa Râmețului, Piatra Cetii, monastère Râmețului (Figure no 68); le château de Gâlda de Jos. Aujourd'hui les chalets de Râmeț, Întregalde et Cheia fonctionnent pour les touristes.



Figure no 67 Gorges Râmețului



Figure no 68 Monastère Râmețului

Source photo : Mariana C., terrain 2015

3. La zone Tur-Hășdate, située dans le secteur des gorges du même nom à une faible distance l'une de l'autre. Dans cette zone sont aussi les gorges Turzii et le chalet

Turzii. Les localités les plus importantes sont Cluj-Napoca et Turda, des villes avec une influence économique-touristique.

Les Gorges Turzii (Figure no 69) s'étendent au long de la rivière Hasdate sur une longueur de 3,5 km, avec des murs hauts et raides, des tours, des contreforts, des plateaux et des grottes karstiques. Sur le versant droit sont 17 grottes et sur le versant gauche 5 grottes. Les gorges sont aimées des alpinistes (Figure no 70), surtout le versant « Peretele Uriaş », de plus de 200 mètres de hauteur, avec d'autres routes importantes (Cocean P., 1988).



Figure no 69 Gorges Turzii



Figure no 70 Escalade dans les Gorges Turzii

Source photo : Mariana C., terrain 2015

4. La zone Vălișoara est située dans la dépression Trascăului. Dans la zone se trouve la réserve botanique des gorges Vălișoara (Figure no 71).



Figure no 71 Gorges Vălișoara

Source photo : www.prinlume.ro

5. La zone Ighiel est située dans le plateau Ciumerna, ici on mentionne le lac Ighiel. Cette zone n'est pas très développée.

3.2.4. La zone touristique des Monts Métallifères

1. Zone Vallée Arieșul Mic s'étend dans le bassin de la vallée Arieșul Mic et plateau Poieni. Dans cette zone sont connus : la foire des filles à Mont Găina, le musée Avram Iancu dans la localité Vidra et les « crâguri » spécifique pour le Pays de Moți ; les villes Câmpeni, Abrud, les communes Roșia Montană, Bucium, Vadu Moților.

Le plus grand rassemblement folklorique de Roumanie a lieu tous les ans, le 20 juillet depuis 1816, sur le plateau du mont Găina (qui signifie « poule » en roumain), à 1.484 mètres d'altitude, accessible à partir de la commune d'Avram Iancu. Cette fête ancestrale des « Moți » (Figure no 72-73), a lieu dans une prairie où s'offrait traditionnellement l'occasion aux jeunes filles, superbement parées, d'être choisies comme épouses par les jeunes hommes célibataires. Les jeunes mariés se voyaient offrir des œufs peints en or, en souvenir de la légende selon laquelle la poule symbolisant la montagne pondait des œufs d'or qui cassés, auraient répandu de l'or dans l'Arieș.

La légende prend tout son sens dans cette région d'exploitations aurifères millénaires.²⁸ Une image symbolique des Monts Apuseni est Avram Iancu, chef de la révolution de 1848 en Transylvanie. À sa mémoire un musée a été créé dans la commune avec le même nom.



Figure no 72-73 La foire des filles à
Mont Găina



Source photo : www.welcometoromania.ro

²⁸ <http://www.guideroumanie.com/traditions.php>, consulté le 13 août 2015

La Colline des Escargots « Dealul cu Melci » se trouve dans la commune Vidra, sur la vallée de l'Ariesul Mic, dans les environs de la route Mihoiești-Avram Iancu. « Dealul cu Melci » est une réserve paléontologique avec un riche en fossiles. Du point de vue géologique c'est unique : on l'estime de 65 à 70 millions d'années, elle présente une alternance de grès et de marne en conglomérats, où sont incrustées 35 espèces de mollusques. La réserve a 0.60 ha (Figure no 74-75).



Figure no 74-75 La Colline des Escargots

Source photo : Mariana C., terrain 2015

À Brad l'attrait touristique le plus fort pour les touristes est la collection minéralogique, connue comme le « Musée de l'or » (Figure 76-77). Fondé depuis plus de 100 ans, il a rassemblé plus de 2,000 expositions des pays du monde. Le musée possède également des objets découverts dans la zone Brad Crișcior prouvant l'existence de l'homme sur cette terre il y a 5.000 ans et des activités minières d'or il y a 2,000 ans. La commune a été l'un des principaux centres de la Révolution 1848-1849 en Transylvanie.



Figure no 76-77 Exposés dans le musée Brad

Source photo : www.travelguide.com

Dans la commune Bucium (département d'Alba) sont situées les zones protégées d'intérêt géologique et géomorphique, Detunata Goală et Detunata Flocoasă, deux masses de roche volcanique situées à 1,2 km l'une de l'autre. Detunata Goală a un versant de 75 mètres

de hauteur avec un grand cortège d'éboulis, constitué de fragments de pierres détachées d'une colonne de roche massive. Detunata Flocoasă a 1,256 mètres et est recouverte par la forêt (Figure 78-79).



Figure no 78 Detunata Goală



Figure no 79 Detunata Flocoasă

Source photo : Mariana C., terrain 2015

Le pays de Moți est associé à Roșia Montană. D'après un document de 2000 ans, Roșia Montană est la plus ancienne colonie de mineurs documentée connue de l'époque romaine sous le nom d'Alburnus Maior. Les fouilles archéologiques ont découvert deux temples et d'autres restes sacrés de l'époque gréco-romaine, un « castellum » des mineurs dalmates installé dans Alburnus Maior. À Roșia Montană les touristes ont la chance de visiter la galerie romaine dans le Musée des Mineurs qui nous montre la manière dont nos ancêtres ont exploré l'or.

2. La zone Bulzești est situé dans le bassin supérieur de la vallée Crișul Alb. Cette zone a plusieurs gorges (Uibăreștilor, Ribcioarei, etc.) et grottes.
3. La zone Geoagiu-Băi s'étend dans le bassin de Geoagiu-Pleașa Mare, Pleașa Ardeului et Cetățuia. La zone est connue pour les eaux thermales utilisées dans les cures internes et externes, dans le traitement d'affections musculo-squelettiques, du système nerveux et digestif. On mentionne ici les gorges Cibului, Madei, les grottes Cetățuia, Șirbilor, le complexe touristique des thermes romains Germisara de Geoagiu-Băi.

Les touristes peuvent visiter d'autres lieux touristiques – qui ne font pas partie des Monts Apuseni, mais d'un grand intérêt pour eux : la réserve des bisons Hațeg, le Château Corvinilor (Huniázilor), les forteresses daciques Costești-Blidaru et la ville forteresse d'Alba Iulia.

4. La zone Băița groupe les massifs karstiques Peștera, Măgura Crăciunești, les calcaires de la colline Măgura, Băiței avec des grottes (Groapa Lupului et Lotrului) et la carrière des calcaires de Crăciunești.

3.2.5. La zone touristique des Monts Codru-Moma. Selon l'auteur P. Cocean, dans cette zone il a été un peu difficile à délimiter des zones touristiques en raison de leur dispersion sur le territoire.

1. La zone Ponoare-Călugari présente le Plateau Vașcău avec l'eau de source Călugări « izbuc », la dépression karstique Ponoare, grotte Cămpeneasca, etc. « Izbul » Călugări (commune Cărpinet, département de Bihor) est une réserve géologique de 24 ha et à proximité nous trouvons le monastère du même nom.
2. La zone Moneasa est connue par les eaux thermales de valeur, en cures internes et externes. La station balnéo-climatique Moneasa (département d'Arad), surnommée la « Perle des Monts Apuseni », est située dans une petite vallée au pied des Monts Codru Moma, à une altitude de 280 mètres. Les eaux thermales ici ont été connues depuis les Romains. À 10 km de Moneasa on trouve la forteresse Dezna. Le Ministère de l'Intérieur de la Vienne impériale lui a décerné le titre de station thermale le 13 mai 1886. Dans la zone les touristes peuvent visiter la grotte Liliacilor, la carrière de marbre, l'eau de source « Piatra cu Lapte », La Grotte d'Ours « Grota Urșilor », la réserve des lis à Moneasa.

Dans la partie nordique d'Apuseni se trouvent les massifs Meseș et la dépression Șimleu avec les villes Zalău, Șimleul Silvaniei et la station d'intérêt touristique Boghiș.

3.3. La population de la région Apuseni

Des conditions naturelles favorables ont permis le peuplement de cette région. Comme habitat humain, les Monts Apuseni présentent quelques différences spécifiques par rapport aux autres régions touristiques des Carpates. Ici sont regroupées 140 localités (dont 13 urbaines) totalisant une population de 389.511 habitants selon le recensement de 2011.

Les établissements ruraux sont composés de petits villages (moins de 500 habitants), appelés « rameaux », dispersés (foyers dispersés, divisés à travers les prairies ou les pâturages). Ils sont situés dans la zone touristique comme Arieșeni, Gârda Seacă, Bucium, Vidra, Horea, à une altitude supérieure à 1.400-1.600 m.

Selon le recensement effectué en 2011 (département d'Alba)²⁹, la population s'élève à 23.244 habitants pour 469 villages. Ici sont groupées 33 communes avec une composition totale de 157 villages et une population de 65.060 habitants.

Les communes le plus importantes sont Arieșeni, Avram Iancu, Gârda de Sus, Scărișoara, Rimetea, Roșia Montană, etc. La plus grande commune Ighiu enregistre 6.283 habitants, la plus petite commune Ceru Băcăinți a 269 habitants, le nombre moyen d'habitants dans les communes est de 2328,57.

Sur le territoire du département d'Alba qui fait partie des Monts Apuseni existent quatre villes (Abrud, Baia d'Arieș, Câmpeni, Zlatna). Selon le recensement effectué en 2011(département d'Arad), la population des communes s'élève à 71.353 habitants. On trouve 29 communes avec une composition totale de 156 villages. Les communes le plus importantes sont Dezna, Gurahonț, Moneasa, Vârfurile, etc. La plus grande commune - Șiria – enregistre 8.103 habitants, la plus petite commune - Ignești – a 679 habitants, le nombre moyen d'habitants par commune est de 2.460,44.

Sur le territoire du département Arad qui fait partie des Monts Apuseni existe la ville de Sebiș. Sur le territoire du département Bihor (département d'Arad), existent trois villes (Vașcău, Ștei și Nucet). Ces villes cumulent un total de 11.533 habitants avec 7 villages. Selon le recensement effectué en 2011, la population des communes s'élève à 71.867 habitants. Le territoire présente 26 communes avec une composition totale de 122 villages. Les communes les plus importantes sont Budureasa, Pietroasa, Șuncuiuș, Vadu Crișului, Vârciorog, etc. La plus grande commune – Bratca – enregistre 5.158 habitants, la plus petite

²⁹ www.recensamantromania.ro

commune Șinteu a 1.021 habitants, le nombre moyen d'habitants d'une commune est 3.015,23.

Le territoire qui couvre les Monts Apuseni dans le département de Cluj a deux villes (Aleșd, Beiuș, Ștei, Vașcău et Nucet). Les villes s'élèvent à 32,610 habitants. La population des communes enregistrent 71,867 habitants. Il existe 34 communes avec un total de 122 de sate. La commune la plus importante est Bratca avec 5,158 habitants, la plus petite commune Șinteu avec 1,021 habitants, le nombre moyen d'habitants est de 3124.65.

Le territoire qui couvre les Monts Apuseni dans le département de Cluj a une ville (Huedin) ; selon le recensement effectué en 2011, la population de la ville s'élève à 9.346 habitants. Dans ce département on trouve 19 communes avec un total de 96 villages et 53.648 habitants. Les communes les plus importantes sont : Băișoara, Beliș, Ciucea, Gilău, Mârgău, Mănăstireni, Măguri-Răcățău, etc. La commune Negreni présente des villages de type « rassemblés » dans la vallée. La plus grande commune - Gilău – enregistre 8.300 habitants, la plus petite commune – Valea Ierii – a 888 habitants, le nombre moyen d'habitants est de 2.461,22.

Dans le territoire des Monts Apuseni sur le département de Hunedoara on trouve deux villes, Brad et Geoagiu Băi. Selon le recensement effectué en 2011, la population des villes s'élève à 19.789 habitants. On y trouve 23 communes avec au total 186 villages et 66.196 habitants. Les communes le plus importantes sont : Gurasada, Vața de Jos, Vălișoara, Zam, etc. La plus grande commune, Crișcior enregistre 3841 habitants, la plus petite commune, Bulzeștii de Sus à 276 habitants, le nombre moyen d'habitants est de 2.878,08.

Sur le territoire de Sălaj, la partie qui appartient des Monts Apuseni, n'a aucune ville. Selon le recensement effectué en 2011, la population des communes s'élève à 33.757 habitants pour 5 communes. Les communes le plus importantes sont Cizer, Plopiș, etc. La commune Sâg est la plus grande, sa population s'élève à 3.276 habitants. La plus petite commune enregistre 947 habitants, le nombre moyen d'habitants est de 2.411,21. Le village Făgetu de la commune Plopiș est un village atypique pour les Mots Apuseni, de type dispersé, avec foyers isolés ou groupés en « hameaux » (Tableau no 1 et Figure no 80).

Tableau no 1 La population des communes

Départements	Commune (population grande)	Commune (population petite)	Commune (population moyenne)
Alba	6.283	269	2.328.57
Arad	8.13	679	2.460.44
Bihor	5.158	1.021	3.015.23
Cluj	8.300	888	2.461.22
Hunedoara	3.841	276	2.878.08
Sălaj	3.276	947	2.411.21

La région Apuseni : distribution spatiale de la population en 2011

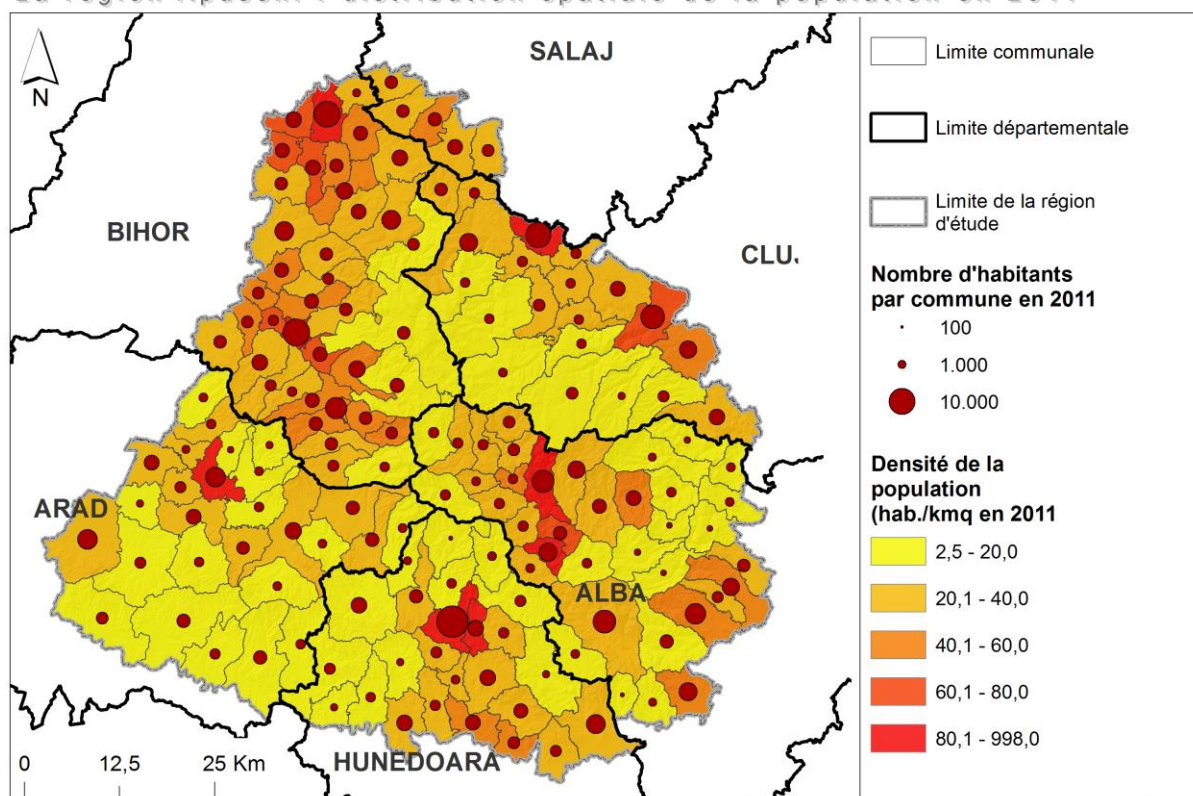


Figure no 80 La distribution spatiale de la population en 2011, source données : INS, 2011.

Conclusion

En ce qui concerne le système d'acteurs en Roumanie, surtout dans notre région d'étude, nous voulons exposer certains aspects de l'analyse. Les points positifs de cette région sont les suivants :

- Le cœur des Apuseni est connu pour ses lieux touristiques renommés : la grotte d'Ours, le village de Vașcău, le Glacier de Scărișoara, le plateau Padiș ou d'autres lieux-dits : les stations thermales Geoagiu Băi et Moneasa, le village Avram Iancu (histoire), les stations du ski Stâna de Vale et Arieșeni.
- Également le Parc Naturel Apuseni qui mobilise un ensemble d'acteurs au niveau local : publics et privés, en collaboration avec l'Université Babeș-Bolyai de Cluj-Napoca ou des institutions de la Hongrie.

Les points négatifs³⁰ concernent les aspects suivants :

- Les acteurs privés (la plupart des propriétaires des bases d'hébergement ou de loisirs n'ont pas de parcours suivi en tourisme, voir presque pas de formation) et ils comprennent difficilement le bon fonctionnement du système touristique ;
- Les acteurs privés, qui sont porteurs de projets, ont une méconnaissance des attentes des touristes au niveau d'un séjour ;
- Les acteurs ne communiquent pas assez souvent à cause de la concurrence ou par rapport à l'état de la relation personnelle ou professionnelle avec les représentants publics ;
- Les projets touristiques qui ont été conçus par les comités départementaux ne sont pas souvent en ligne pour être consultés comme documents publics d'information ;
- Le manque de collaboration entre les acteurs politiques et les acteurs privés peut se comprendre par la carence des séminaires, des colloques publics ou même de tables rondes sur des projets touristiques ;
- Les emplois touristiques sont souvent mal rémunérés, saisonniers et sans possibilité de réelles qualifications ;

³⁰ La réalité territoriale a émergé à partir de plusieurs constats réalisés dans le cadre d'une formation universitaire orientée sur la connaissance et le fonctionnement de l'industrie touristique (sujets de licence et master en tourisme : Le Pays de Maramureș au nord de la Roumanie). De même, plusieurs expériences professionnelles réalisées dans le Centre Permanent d'Initiatives pour l'environnement à Verdun, au Comité Départemental de la Meuse à Bar-le-Duc, à l'office de tourisme dans le département de Cluj et à Sighetu Marmăției (en Roumanie), comme guide indépendant et suite à plusieurs séjours touristiques dans les Apuseni, ont favorisé une bonne compréhension de la région étudiée.

- Le manque de visibilité d'offres touristique par internet et la logique de ces entités, qui raisonnent dans le cadre géographique de leurs limites administratives respectives, est imparfaitement adapté à la logique de la promotion touristique, qui raisonne d'abord par filières et par destinations ;
- Le manque de produits « clé en main » (trop de prestations sont isolées les unes des autres entre acteurs privés et publics, absentes pour les acteurs politiques) ;
- Une gamme de produits touristiques assez étroite qui ne tient pas suffisamment compte de la diversité des publics, de leurs attentes ;
- Des services insuffisants (infrastructure routière précairement développée dans les communes, etc.) ;
- Des prestataires privés privilégiant un modèle d'entreprise peu tourné vers une logique de développement économique et de création d'emplois pour ceux qui ont des formations spécialisées en tourisme ;
- Il manque une organisation d'interdépendance accrue entre les structures (par exemple : l'office de tourisme-acteur public avec un guide, une base d'hébergement/loisirs - acteurs privés) ;
- Le réseau d'acteurs publics n'apparaît pas toujours suffisamment intégré ou voir absent du réseau des ambassades et des agences roumaines à l'étranger ;
- Chaque acteur du secteur public et privé fait autrement la promotion des Apuseni en fonction de ses convictions ;

Nous pouvons conclure cette analyse par le fait que la région a un patrimoine d'exception par : ses ressources : paysages, lacs, cascades, gorges, grottes, etc. ; son patrimoine bâti : le Pays de Moți avec des maisons en bois authentiques ; sa culture et ses traditions : Muntele Găina (Monts de la Poule), « Târrgul de fete » la fête annuelle des filles en août et ses acteurs institutionnels :

- Quelques initiatives innovantes au regard du Parc Naturel Apuseni (PNA) qui est devenu en 2014 E.D.E.N. (European Destination of Excellence), la station balnéo-climatique Geoagiu Băi en 2010 ;
- Les nombreux acteurs privés, qui sont plus concentrés dans les villages du Parc (hébergeurs, base de restauration, transporteurs, associations de tourisme) et dans les alentours de la ville de Cluj-Napoca, etc. ;
- Ses acteurs publics : comités départementaux, offices de tourisme ;

- Ses acteurs politiques, qui pourraient aider le territoire ;
- Les acteurs du territoire devraient partager la même image de la destination afin de renforcer les synergies et jouer la cohérence territoriale avec les départements qui le composent ;
- Les acteurs doivent être axés autour de plusieurs volets au niveau du territoire : une signature de destination, une stratégie de marketing et de communication, une démarche de partage de projets, des informations, des convictions, etc. ;
- Un accueil dans les C.I.T. par des professionnels ;
- Un travail coordonné et solidaire entre les acteurs du tourisme départemental par la création et l'animation d'un réseau, par une ingénierie auprès des territoires et des prestataires, une qualification de l'offre, une valorisation des compétences propres à chacun acteur ;
- Pour l'aménagement/investissement : il faudrait des porteurs de projets.

Ce chapitre vise à définir notre territoire d'étude qui est en cours d'élaboration. Nous allons présenter les zones et les lieux touristiques des Monts Apuseni. Pour chaque zone est approprié un autre type du tourisme. Etant donné la diversité des lieux touristiques en Roumanie, il est nécessaire de comprendre pourquoi les touristes roumains et étrangers choisissent de voyager en Apuseni. C'est-à-dire, quelle est la « qualité » distinctive de cette destination qui incite ces flux touristiques. Nous allons essayer de répondre à cette question, dans le chapitre 5, par une interprétation des pratiques touristiques en tant que destination pour les touristes.

DEUXIÈME PARTIE ANALYSE APPLIQUE A LA RÉGION APUSENI

Introduction

« L'art d'interroger n'est pas si facile qu'on pense. C'est bien plus l'art des maîtres que des disciples, il faut avoir déjà beaucoup appris de choses pour savoir demander ce qu'on ne sait pas». Rousseau

Dans cette partie de la thèse, nous exposerons la méthodologie de l'enquête par questionnaire et la conception générale de notre enquête. Puis, nous étudierons le profil des touristes dans le chapitre suivant.

Ce chapitre est composé de 5 sous-parties : le profil des touristes, les modalités de voyage, une pratique dominante par la découverte, le mode d'information des touristes et les tendances générales des différentes variables.

CHAPITRE IV

MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE

Introduction

La présente étude a pour objectif d'obtenir des données sur la situation actuelle des acteurs dans la région Apuseni.

À travers l'analyse des données quantitatives qui vont être obtenues à partir de l'étape de terrain, nous allons réaliser des représentations graphiques et cartographiques, afin de transmettre des résultats opérationnels pour le territoire. Dans le même temps, cette étude vise à présenter une étape importante en matière de recherche sur la région Apuseni à travers de l'analyse de l'intérêt pratique des touristes et des acteurs.

Les étapes méthodologiques pour réaliser les principaux objectifs de l'étude sont les suivants :

- a) la documentation bibliographique,
- b) l'étape de terrain (la collecte, l'analyse et l'interprétation des données),
- c) l'étape de la cartographie avec l'aide des logiciels de SIG et d'autres programmes supplémentaires (Philcarto, Adobe Illustrator) pour la réalisation des cartes, le logiciel Sphinx pour le traitement des données provenant des questionnaires).

- a) La méthode de la documentation bibliographique a été utilisée pour réaliser le fondement théorique de cette thèse. Nous avons consulté des travaux en géographie, tourisme et développement sur le rôle des acteurs dans les activités de tourisme sur leur territoire et la pratique du tourisme par les touristes à travers divers livres, articles, thèses, etc.

La collecte des données a été réalisée en utilisant la littérature scientifique par la lecture d'ouvrages, journaux académiques, thèses, articles scientifiques ou bien des guides touristiques qui nous aident à définir le cadre de notre sujet de thèse. Nous pouvons ajouter aussi nos expériences personnelles et professionnelles.

Dans le cadre de cette étape, nous avons utilisé la méthode d'inventaire pour définir et classer les acteurs dans le territoire, ensuite pour choisir les lieux touristiques en fonction

de leur fréquentation et de la parution dans les guides touristiques. Nous avons envisagé également la méthode descriptive pour présenter notre territoire d'étude, les acteurs et ensuite les attraits touristiques.

Les concepts spécifiques énumérés avec qui opère ce secteur sont en constante évolution, ils nécessitent une analyse minutieuse et approfondie. Pour une approche scientifique correcte, il est très important de définir clairement les concepts et les termes utilisés.

Ceci peut être réalisé en exposant les points de vue de la littérature sur les concepts qui seront détaillés comme : l'acteur, le tourisme, le système, le cluster touristique, le développement local, la région des Monts Apuseni (voir Chapitre I).

Pour atteindre la recherche concernant l'analyse du phénomène suivi pour la pratique des acteurs dans les Monts Apuseni nous allons utiliser des méthodes classiques de recherche quantitative et qualitative en géographie « The next difficult step is to decide over a specific design of a research in tourism. A quantitative research would imply following compulsory steps (hypothesis, method, testing, finding, presentation of findings). Qualitative research could be designed as creative, unconventional or even directed by specific rules» (Philimore and Goodson, 2005 après (Ilieş, 2008), qui vont être complétés par certaines méthodes modernes, en particulier la cartographie.

Lors de la recherche, nous voulions réaliser une enquête concernant les acteurs du tourisme et leurs actions dans la région afin de déterminer s'il existe une collaboration entre eux. L'enquête auprès des touristes est nécessaire pour connaître leurs pratiques au sein de la région et notamment voir quels lieux sont choisis pour être visités.

La notion de « touriste » révèle la nécessité d'un changement hors de son lieu de résidence pour réaliser une activité de loisir. Enquêter sur les sites est une pratique scientifique qui a généré des problèmes de sorte qu'il est donc difficile pour les visiteurs d'autoriser des enquêtes de la part d'inconnus.

Suite à cette enquête seront présentés les résultats qui font la preuve de la gestion territoriale du tourisme, quelle est la vocation de chaque acteur en partie en conformité avec les lois en vigueur, quels sont les acteurs impliqués dans la promotion du tourisme, comment chaque acteur travaille-t-il, quelle est la contribution de l'acteur pour son territoire du point de vue du tourisme.

Nous allons analyser tous ces aspects pour comprendre la logique du territoire comme un « système composé d'acteurs ». L'enquête est largement utilisée dans les sciences sociales et elle permet de disposer d'informations inaccessibles par les autres méthodes.

Dans notre étude, nous utiliserons la méthode de l'enquête par questionnaire et entretien semi-directif. La méthode de l'observation directe sera utilisée pour étudier le groupe d'acteurs et pour examiner ce qu'il se passe, pour interroger les intermédiaires et essayer de tester leur affirmation par des vérifications. L'organisation de l'enquête n'est pas uniquement méthodologique et sociologique.

Pour la construction de notre méthodologie, nous avons élaboré le plan suivant (Figure no 81):

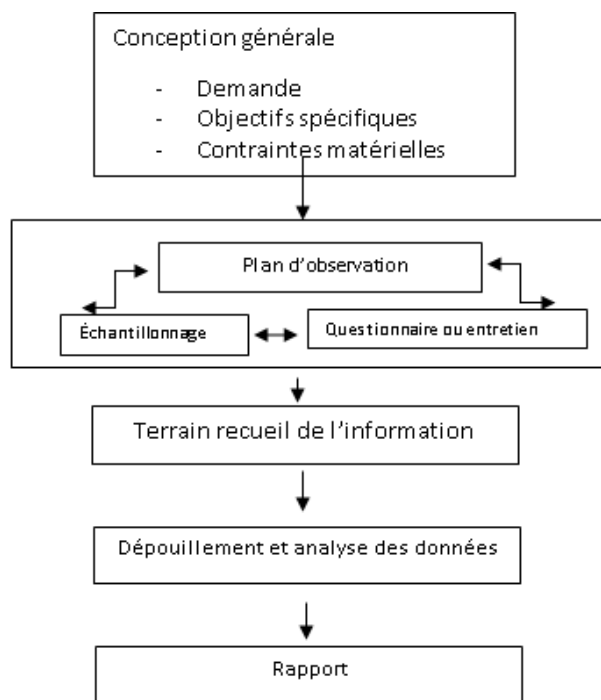


Figure no 81 La construction de la méthodologie

b) L'approche de terrain

Dans cette étape nous utilisons les méthodes qualitatives par entretien directif et semi-directif face à face avec les personnes interviewées et la méthode quantitative par questionnaire. Ces types d'enquêtes nous permettent de mieux comprendre les pratiques touristiques des touristes sur les sites en Apuseni et de voir quels sont les sites les plus fréquentés.

c) Le S.I.G.

Après la collecte des données, il conviendra de procéder à une traduction cartographique de ces matériaux (en particulier, en visualisant si le système d'acteurs impliqués dans l'organisation touristique est concentré géographiquement), une analyse lexicale des entretiens sera réalisée ainsi que le traitement des données statistiques par questionnaire à l'aide du logiciel Sphinx. Pour cartographier les données on a utilisé le logiciel ArcGis 10.2.2. et Adobe Illustrator CS5.

4.1. La méthodologie du questionnaire

La phase préliminaire du questionnaire sera composée de plusieurs étapes, comme suit : la construction du questionnaire suivie par la formulation des questions et des objectifs poursuivis, la formulation des questions ouvertes et fermées, la création de l'échantillon.

L'administration du questionnaire est basée sur deux étapes : une préenquête-interrogatoire avec un nombre de touristes, nous allons voir si le questionnaire nécessite une amélioration au stade actuel de l'enquête, le codage des données et leur interprétation sera réalisé en représentations graphiques ou cartographiques. Le logiciel spécifique pour l'analyse statistique à utiliser est Sphinx. La méthode statistique descriptive sera utilisée lors des résultats du traitement de l'enquête et la présentation de la méthode descriptive étudiée.

Une autre méthode importante utilisée consiste à délimiter la région d'étude et à réaliser un découpage administratif pour les Monts Apuseni dans les Carpates Occidentales.

4.1.1. La conception du questionnaire

Pour avoir des informations plus précises sur les pratiques des touristes, nous avons généré un questionnaire à l'aide du logiciel Sphinx. Le mode de collecte d'informations s'articule autour de trois étapes importantes : l'élaboration du questionnaire (en première phase), le prétest, et la version finale.

Le questionnaire va être mené par l'enquêteur face à face avec le touriste. Il a été structuré en 74 questions ouvertes (c'est-à-dire que le répondeur a la liberté de s'exprimer librement) ou fermées (c'est-à-dire que les réponses sont données à l'avance par la personne interrogée) ce qui a déjà permis de recueillir des informations sur diverses catégories de données : les lieux touristiques visités par les touristes, les types d'activités qu'ils ont réalisés, le mode de l'hébergement des touristes, la préparation du séjour, les caractéristiques

sociodémographiques, etc.

La réalisation « d'Enquête sur les sites touristiques et les caractéristiques du séjour » a d'une part pour objectif de comprendre les motivations et les pratiques touristiques des visiteurs et d'autre part pour objectif d'analyser quels sites touristiques à visiter choisissent les touristes pour la région Apuseni. Le contenu comprend ainsi des diverses questions permettant de comprendre si les touristes font appel à un acteur du territoire (agence de voyage, guide dans le terrain, etc.) ou si le touriste est autonome, leurs choix en matière d'hébergement ou de restauration, etc.

Le questionnaire comporte cinq grandes parties :

- Les profils des touristes ;
- Les modalités de voyage ;
- Une pratique dominante par la découverte ;
- Le mode d'information des touristes ;
- Les tendances générales des différentes variables ;

a) Les profils des touristes :

- | | |
|---|-------------------|
| - Le pays émetteur/département/ville | question 5-6-8-9 |
| - L'origine de personne interrogée | question 7 |
| - La raison du séjour | question 3-4 |
| - Les déplacements pendant le séjour | question 59 |
| - La prise de décision pour le séjour | question 12-30 |
| - Le budget journalier prévu durant le séjour | question 69 |
| - L'âge de personne interrogée | question 71 |
| - Le sexe de la personne interrogée | question 70 |
| - Le métier de la personne interrogée | question 72-73-74 |

b) Les modalités de voyage

- | | |
|--|-------------------------|
| - Le mode de voyage | question 27 |
| - Le moyen d'organisation | question 17-18-19-20 |
| - La durée de séjour | question 10-11 |
| - La distance et le temps de la visite | question 50-51 |
| - Le mode de transport | question 47-48 |
| - La restauration | question 24-25-26 |
| - Le mode d'hébergement | question 21-22-23-31-32 |

c) Une pratique dominante par la découverte

- Les sites fréquentés question 13-14-15-16-33-34
- La découverte des sites question 35-36
- Le nombre des sites visités question 49
- Les activités touristiques question 28-29-37-38-39-40-41-42-43-44
- L'impression de personnes interrogées sur la destination question 63-64-65-66-67-68
- d) Le mode d'information des touristes
 - La source d'informations question 45-46
 - L'orientation et l'information dans l'espace question 52-58
- e) Les tendances générales des différentes variables
 - L'identité d'Apuseni question 60
 - Les éléments les plus importants d'Apuseni question 61
 - Le site qui s'associe pour Apuseni question 62

L'enquête va être réalisée auprès de l'ensemble des acteurs touristiques dans la zone d'étude soit un échantillon représentatif de 36 entretiens et 500 questionnaires. Elle va concerner 21 communes³¹ et villes d'Apuseni (Figure no 82).

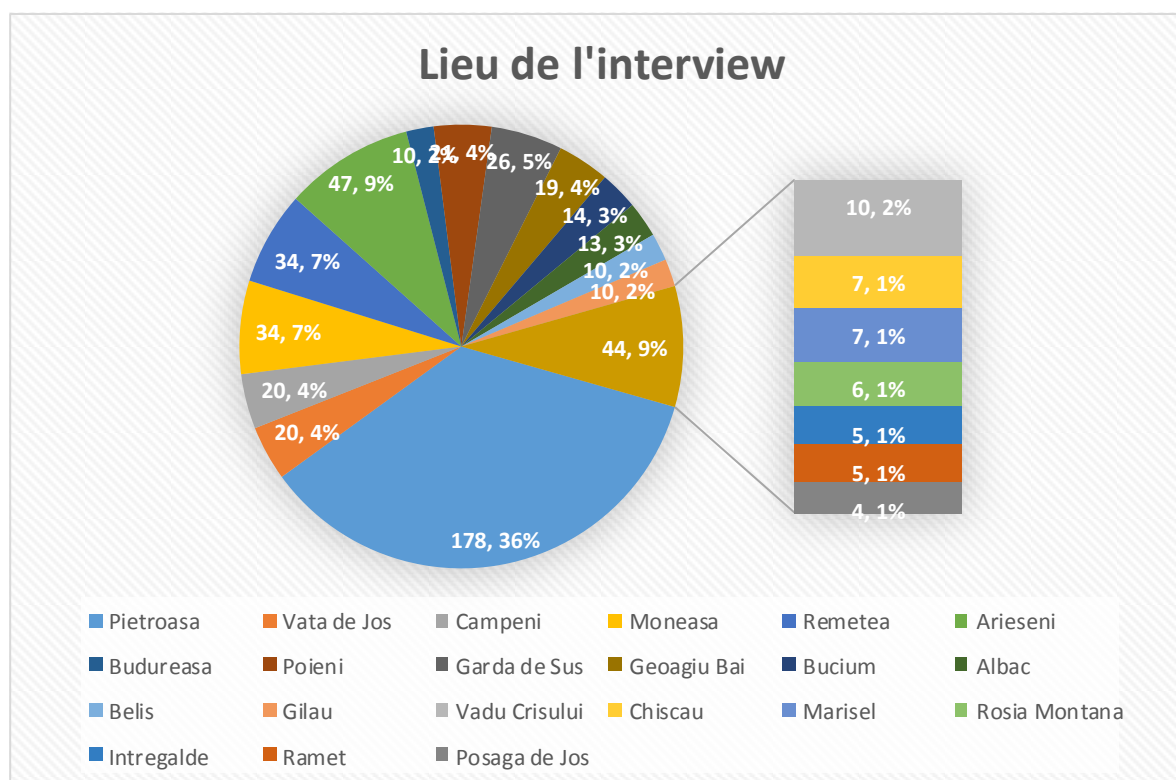


Figure no 82 Les sites visés pour l'enquête pendant l'été 2014 /2015

³¹ Nous avons choisi ces sites en fonction de guides touristiques concernant la Roumanie. Les guides sont indispensables et le compagnon obligé des voyageurs cultivés qui s'en inspirent.

Le nombre de questionnaires n'a pas été établi par avance, en conséquence leur nombre est inégal dans les lieux choisis par l'enquêteur. Dans la commune Pietroasa (département de Bihor) la collecte des données a été la plus fructueuse (147 questionnaires). Dans cette commune nous avons été en plusieurs lieux clés où vont les touristes : prairie Glăvoi ou le lieu-dit « La grajduri », chalet Cetățile Ponorului dans la sous zone Cetățile Ponorului, chalet Padiș dans la sous zone Padiș et également dans la commune. La 2^e commune était Arieșeni (47 questionnaires) dans la station de ski Vârtop et le hameau « cătun » Pătrăhăițești, ainsi que dans la commune elle-même (département de Alba) pour interroger les touristes concernant l'hébergement. Dans les communes Moneasa (département d'Arad) et Remetea (département d'Alba) ont été distribués 17 questionnaires.

Ces sites ont été choisis en consultant des guides touristiques étrangers (français ou anglais) (Tableau no 2).

Tableau no 2 Les guides touristiques étrangers

	Auteur/Date de publication	Titre	Éditeur
1	(Asturias, 1969)	Roumanie d'aujourd'hui	Paris
2.	(Louyot, 1973)	Roumanie	Seuil, Paris
3.	(Nagel Publishers, 1979)	Roumanie	Éditions Nagel, Genève
4.	(Lebas & Milhès, 1994)	Roumanie	Anako, Fontenay-sous-Bois
5.	(Șerban, 1994)	La Roumanie	Khartala, Paris
6.	(<i>Hongrie, Roumanie, Bulgarie</i> , 2002)	Roumanie	Hachette, Paris
7.	(Houliat, 2009)	Roumanie	Hachette, Paris
8.	(Michelin, 2011)	Roumanie.	Michelin, cartes et guides, Paris
9.	(Juler & Weinberg, 2012)	Roumanie	National geographic [France], [Paris]
10.	(Josse, 2014)	Roumanie, Bulgarie	Hachette Livre, Paris

Ces sites suivants ont été choisis par rapport à des guides touristiques roumains (Tableau no 3).

Tableau no 3 Les guides touristiques roumains

	Auteur/Date de publication	Titre	Éditeur
1	(Baron, n.d.)	Turistic Romania	Casa Editorială pentru Turism și Cultură, Bucarest
2.	(Bănăteanu & Slotea, 1977)	Roumanie du trésor du costume populaire traditionnel	Ed. Sport-turism
3.	(Firuță, 1994)	Bienvenue en Romania	Alcor Edimpex, Bucarest
4.	(Firuță, 1995)	Romania	Alcor, Bucarest
5.	(Chesnais, Dinescu, Savu, & Reimer, 2002)	Roumanie	NOI media print, Bucarest

Les personnes interviewées sont des acteurs du tourisme comme : les hébergeurs, les bases de restauration, les transporteurs, les offices du tourisme, les agences de voyages, les représentants des mairies, agences du développement régional du tourisme et les comités départementaux en tourisme. L'objectif principal de l'enquête a été de voir s'il y a un bon fonctionnement du système d'acteurs.

Les questions de recherche concernant l'enquête sont les suivantes :

- Y a-t-il un bon fonctionnement du système ?
- Quel acteur travaille avec quel acteur ?
- Est-ce qu'il y a une collaboration entre eux ?
- À quel moment collaborent-ils et pourquoi ?
- Quels types de projets créent-ils ?
- Quelle synergie et gouvernance territoriale ?
- Qui va créer de la richesse économique ?
- À toutes ces questions, nous voulons trouver les réponses dans la phase

exploratoire de terrain et valider nos hypothèses.

Hypothèses de recherche exploratoires :

- Dans le territoire d'Apuseni existent plusieurs types d'acteurs différents.
- Il existe un manque de coopération entre les acteurs publics et privés
- Le manque de visibilité des projets touristiques dans le développement local
- Plusieurs acteurs du tourisme semblent avoir des stratégies différentes pour promouvoir le tourisme en Apuseni
- Le manque d'un bon fonctionnement du système à cause de la compétition

Pour commencer le questionnaire, avec les touristes, une courte présentation de l'enquête était nécessaire et en quoi les réponses devraient aider à la recherche effectuée dans la région Apuseni.

Cette présentation est, à notre avis, obligatoire afin d'établir la confiance avec les répondants face à face. Nous avons rencontré aussi des difficultés pendant l'enquête par questionnaire, d'une part les touristes étrangers ne parlent pas bien l'anglais ou le français, et d'une autre part il était difficile de parler avec un touriste qui voyageait en groupe.

Nous n'avons pas enregistré des refus pendant la mise en application du questionnaire sachant que les touristes eux-mêmes souhaitaient aider l'enquêteur en parlant aux autres touristes de l'enquête (le cas dans la prairie Glăvoi, sous zone Cetățile Ponorului et Padiș).

4.1.2. L'échantillon

En tant que première étape dans l'étude de terrain, un test fut réalisé durant la période du 16 juin au 29 juin. L'échantillon visé est de 50 questionnaires auprès des touristes et de 10 entretiens auprès des acteurs. La période de l'enquête fut prévue entre le 30 juin et le 30 août 2014. Nous avons utilisé deux procédés pour établir notre échantillonnage représentatif : les techniques probabilistes ou aléatoires et les techniques empiriques. Cela représente des éléments désignés par tirage systématique d'une unité à intervalle régulier. Les techniques empiriques ou les éléments ont été choisis sur le terrain par tirage au sort simple (un touriste sur 3 pour le questionnaire comme échantillon).

Pour la réalisation de l'enquête, nous avons décidé de faire 500 questionnaires. Une deuxième étape de l'enquête par questionnaire sera envisagée pendant la période d'été (2015) dans les sites visés. Les personnes interviewées sont des acteurs du tourisme comme : les

hébergeurs, les bases de restauration, les transporteurs, les offices du tourisme, les agences de voyages, les représentants des mairies, agences du développement régional du tourisme et les conseils départementaux en tourisme.

4.1.3. Les variables

Les variables du notre questionnaire comprennent des questions ouvertes et fermées. Pour les questions fermées, la modalité de réponse revient à la personne en cochant ses réponses. Nous donnons dans le tableau suivant des exemples de questions fermées du questionnaire (Tableau no 4).

Tableau no 4 Les questions fermées du questionnaire

No Question	Variable	Modalité
2	Lieu d'interview	-
5	Dans quel pays habitez-vous?	Question avec la possibilité de saisir plusieurs réponses
7	Avez-vous la nationalité roumaine?	Oui / non
21	Quel(s) mode(s) d'hébergement avez-vous choisi(s) pour votre séjour?	Question avec la possibilité de saisir plusieurs réponses
65	Enfin, souhaitez-vous revenir en Apuseni ou dans les environs?	Oui / non
72	Êtes-vous actif ou inactif?	Oui / non

Les questions ouvertes ont laissé la liberté aux répondants de s'exprimer librement sur le sujet de l'enquête. Nous avons obtenu un grand nombre de réponses et nous avons choisi de faire un codage, car la totalité des réponses est impressionnante et classer les réponses (Tableau no 5).

Tableau no 5 Les questions ouvertes du questionnaire

No Question	Variable	Modalité
61	Quels sont pour vous les éléments les plus importants d'Apuseni ?	104 modalités avant le codage / 10 après le codage
62	Quel site associez-vous pour Apuseni ?	104 modalités avant le codage / 10 après le codage
63	Spontanément, qu'est-ce qui vous plaît en Apuseni ?	104 modalités avant le codage / 10 après le codage
64	Qu'est-ce qui vous déplaît ?	71 modalités avant le codage / 5 après le codage
68	Si vous aviez un conseil, une recommandation à donner à un(e) ami(e) avant de venir en Apuseni ou dans les environs, que lui diriez-vous ?	75 modalités avant le codage / 5 après le codage

Nous devons signaler que dans les tableaux ci-dessus nous avons énuméré quelques variables pour expliciter la méthodologie du questionnaire. On indique également le taux de non-réponse élevé, car c'est assez difficilement de retenir un touriste plus de 5 minutes. Pour conclure cette partie, nous avons présenté certaines variables comme exemple de notre questionnaire, concernant la question de prise du calcul, le nom de la variable et la modalité du codage de chaque réponse. Les réponses codifiées vont être analysées pour un traitement statistique.

4.1.4. Traitement du questionnaire

Pour le traitement du questionnaire, nous avons utilisé le logiciel Sphinx pour l'analyse statistique. L'analyse descriptive sera utilisée également dans la description des lieux touristiques choisis par les touristes (Partie I - chapitre 3).

4.1.5. Les méthodes appliquées avec le logiciel Sphinx

Sphinx est un outil pour le traitement d'enquêtes et d'analyse de données. Il apporte la méthodologie de la construction d'un questionnaire. Le logiciel est spécialisé dans les enquêtes et les études qualitatives et quantitatives.

Sphinx met à disposition tous les types de questions (fermées, échelles, multiples, ordonnées, tableaux, questions ouvertes textes, dates, numériques, codes, etc.).

Il permet de traiter toutes les étapes de l'enquête, de la conception du questionnaire et l'acquisition des réponses, jusqu'au rapport final. Il offre également des possibilités d'analyses statistiques : tri à plat, tris croisés, tableaux récapitulatifs, analyses factorielles multiples, régressions et corrélations multiples, typologies, etc.

Conclusion

Dans le cadre de cette recherche la décision d'enquêter a été inévitable, car nous n'avions pas de manuel ou des travaux qui traitent les pratiques touristiques ou si les touristes font appel à un acteur du territoire. Nous avons considéré le touriste comme un acteur important qui agit dans le « système d'acteurs ».

Globalement, l'enquête est un travail responsable qui nécessite du temps pour bien le préparer avant et après afin de valider les hypothèses de la recherche, un travail inscrit dans les sciences d'une part et de l'autre de prendre la mesure de la réalité du territoire.

CHAPITRE V

LES PRATIQUES TOURISTIQUES

Introduction

Des enquêtes sur les pratiques touristiques, dans la région Apuseni, ont été prévues pour mesurer les flux. Ces enquêtes auront pour objectif d'identifier les grands mouvements de touristes dans certaines zones et d'identifier les sites les plus visités.

La logique de la création ou l'invention de lieux touristique, par des pratiques touristiques (Philippe Violier, 1999), nous conduit à raisonner d'un point de vue sociospatial aux changements des habitudes touristiques.

Il existe une interrelation entre les pratiques touristiques et le territoire. La recherche d'un lieu, de la part de touristes (Mathis Stock, 2003), fait apparaître différents types d'intentions récréatives pour le processus de la création d'un lieu touristique.

5.1. Le profil de touristes

5.1.1. Le pays émetteur

Ce graphique démontre que 69% des personnes interrogées sont Roumaines soit 345 personnes, 6,8% des personnes interrogées sont des Hongrois soit 34 personnes, 3,8% des personnes interrogées sont des Français soit 19 personnes, 3,6% des personnes interrogées sont des Polonais soit 18 personnes, 2,8% des personnes interrogées sont des Allemands soit 14 personnes et 2,2% des personnes interrogées sont des hollandais ou slovaque soit 11 personnes interrogées (Figure no 83)

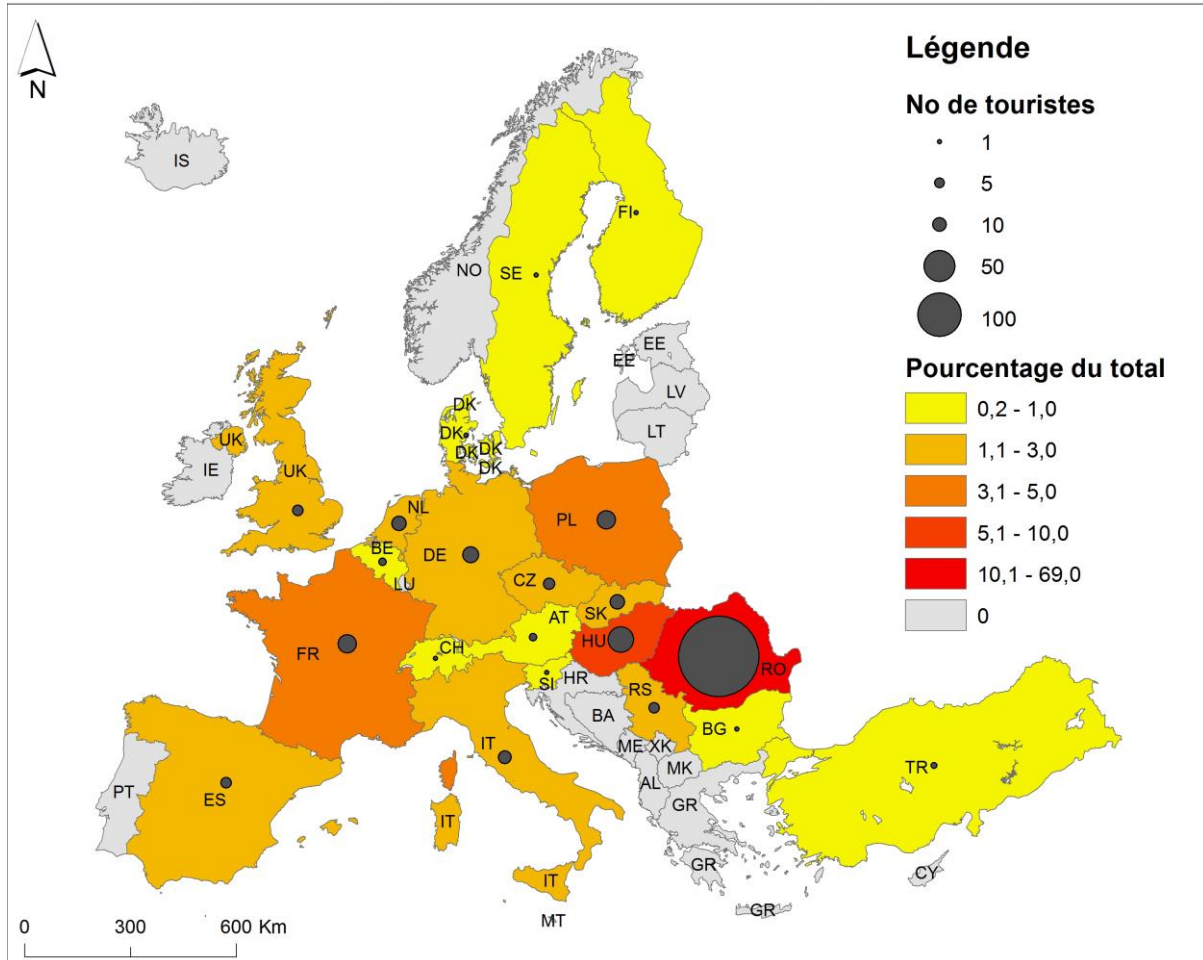


Figure no 83 Les pays émetteurs des touristes interrogés

Source données : Mariana C., terrain 2014/2015

5.1.2. Départements roumains

Cette figure montre que 62 personnes viennent de la région d'Apuseni département de Bihor, 49 personnes du département de Cluj, 35 personnes se délient de la capitale Bucarest, 24 personnes du département d'Arad, 16 personnes du département d'Ilfov, 12 personnes du département d'Alba, Constanța et Timișoara. Nous avons enregistré 219 réponses d'autres départements (Figure no 84).

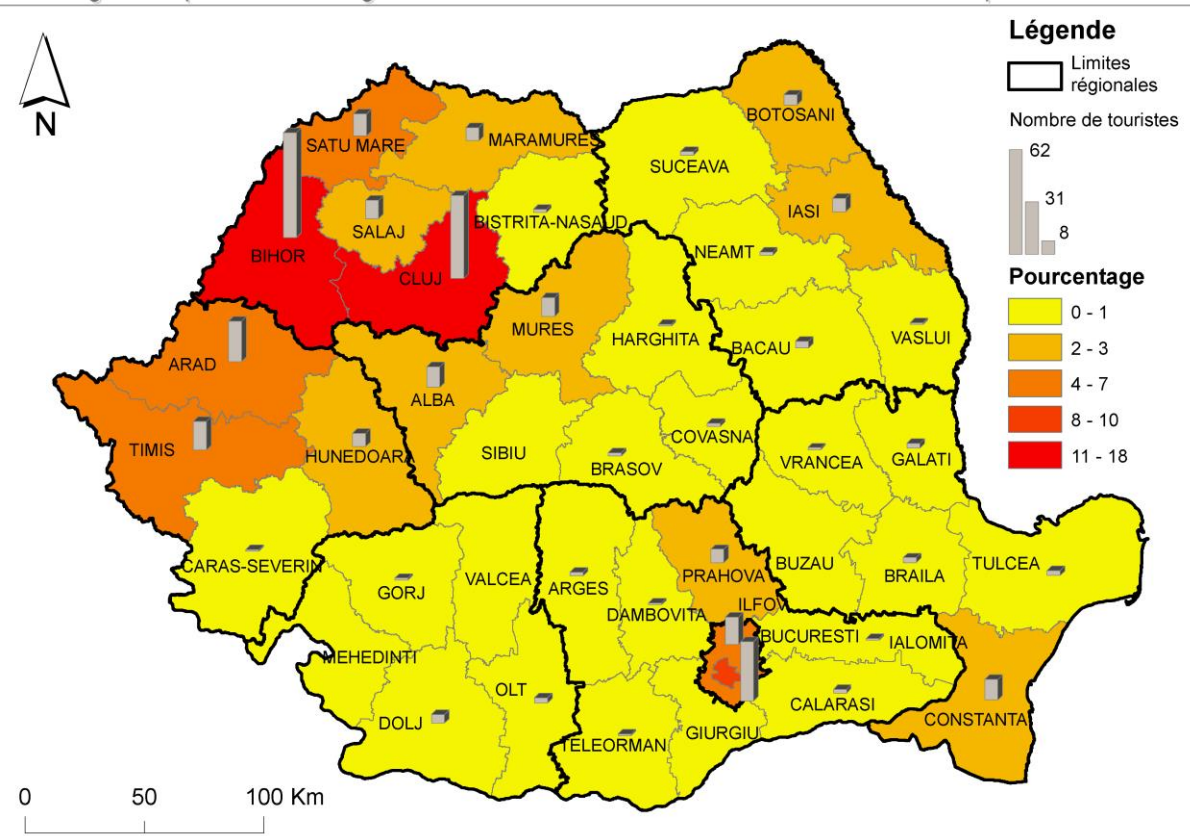


Figure no 84 Origine des touristes roumains selon les départements

Source données : Mariana C., terrain 2014/2015

5.1.3. Les villes d'origines des touristes

Le tableau des villes d'origines indique que 62.7% des personnes viennent de ville roumaine et 37.3% de ville étrangère (Tableau no 6).

Tableau no 6 Tableau des villes

	Nb	% cit.
villes roumaines	163	62,7 %
villes non roumaines	97	37,3 %
Total	260	100,0%

La figure indique que la ville de Cluj-Napoca enregistre un taux de 49 touristes qui visitent la région, suivie par la ville d'Oradea et Beiuș, Arad (des villes de proximité géographique). Un grand taux enregistre aussi les personnes qui viennent de la capitale Bucarest (Figure no 85).

La région Apuseni : origine des touristes roumains selon les villes

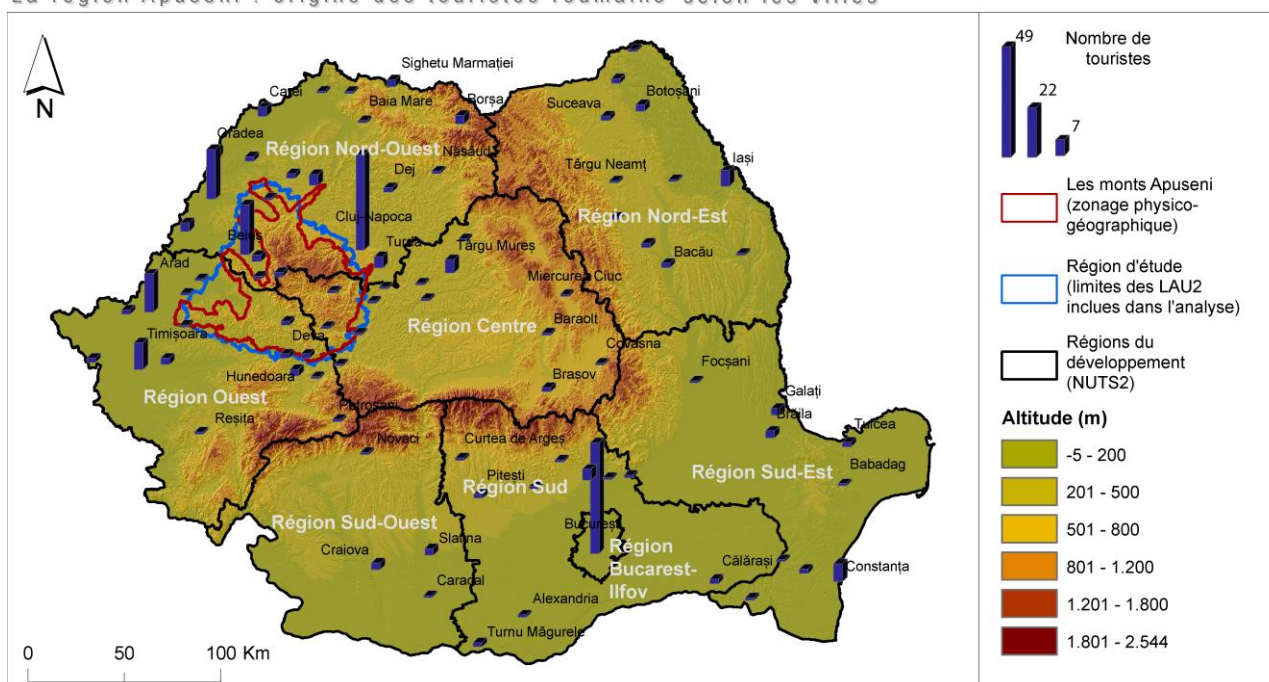


Figure no 85 Origine des touristes roumains selon les villes

Source données : Mariana C., terrain 2014/2015

5.1.4. L'origine des personnes interrogées

Le tableau de l'origine des répondants illustre que 69.2% des personnes interrogées sont roumains soit 346 personnes, 29.2% des personnes interrogées sont d'autre nationalité (Tableau no 7).

Tableau no 7 Avez-vous la nationalité roumaine ?

Nationalité	Nb. cit.	Fréq.
Non-réponse	8	1.6%
Oui	346	69.2%
Non	146	29.2%
TOTAL OBS.	500	100%

5.1.5. La raison du séjour

En parcourant le tableau, l'on constate que la découverte de la nature est la plus sollicitée, sans doute pour la spécificité de notre région d'étude. Nous ne sommes pas surpris que les personnes qui s'y rendent aient pour première intention la découverte des endroits. Nous pouvons en déduire que la nature constitue le point fort de la région.

Ensuite la richesse historique de la région et la culture locale joue un rôle attractif, les réponses s'élèvent à hauteur de 20,6%. Pour pratiquer des activités sportives (VTT, escalade, canoé, etc.) les intentions ont un taux de 12,4%, le pèlerinage un pourcentage de 5,6% et les relations familiales ou amicales représentent une part assez faible 2,8% (Tableau no 8).

Tableau no 8 Quel est le but de votre venue ou de votre séjour en Apuseni ?

	Nb	% obs.
Découvrir le patrimoine bâti et la culture locale	103	20,6%
Rendre visite à des amis/ à la famille	14	2,8%
Pour mon travail	2	0,4%
Me détendre, découvrir la nature	427	85,4%
Pèlerinage ou retraite spirituelle	28	5,6%
Pratiquer des activités sportives	62	12,4%
Autre	12	2,4%
Total	500	

Le nombre de sélections est supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples (7 au maximum). Pour la variable « but du séjour autre » les répondants ont coché dans la case pour raison d'affaires (6 personnes), pour cure thermale (6 personnes).

5.1.6. Les déplacements pendant le séjour

À la question « Durant le séjour, faites-vous des déplacements » les réponses nous démontrent que le département de Bihor est le plus attirant aux yeux des touristes, au vu des

réponses 52.8%. Le département de Bihor présente les attraits touristiques comme la zone de Cetățile Ponorului (grotte Cetățile Ponorului, gorges Galbenei), Padiș dans la commune Pietroasa, la commune Chișcău avec la Grotte d'Ours, le village de loisirs Boga et la prairie Glăvoi avec la zone de camping (commune Pietroasa).

Le deuxième est le département d'Alba. Dans ce département les touristes peuvent visiter la zone Vârtop-Arieșeni, la grotte glacier Scărișoara, la grotte Poarta lui Ionele, les gorges Ordâncușii, Roșia Montană, les villes de Câmpeni et Albac qui sont typique au Pays de Moți (la culture locale de la population), le hameau Pătrăhăițești, etc.

En troisième position le département de Cluj où les touristes ont choisi d'aller dans la vallée Drăganului, à Beliș (le lac Fântânele) ou bien à Vadu Crișului (grotte et gorges pour l'escalade). En quatrième position le département de Hunedoara, avec la station thermale Geoagiu Băi et Vața de Jos. En cinquième position le département d'Arad avec la station balnéo climatérique Moneasa et d'autres attraits touristiques. Le département de Sălaj ne présente pas un réel intérêt de la part des touristes, les attraits touristiques ne sont pas mis en valeur. La question est à réponse unique sur l'échelle (Tableau no 9).

Tableau no 9 Durant le séjour

Durant le séjour	Nb. cit.	Fréq.
Non-réponse	2	0.4%
Dans le département de Cluj	40	8.0%
Dans le département de Bihor	264	52.8%
Dans le département de Sălaj	2	0.4%
Dans le département d'Alba	119	38.4%
Dans le département d'Arad	34	6.8%
Dans le département de Hunedoara	39	7.8%
TOTAL OBS.	500	100%

5.1.7. La prise de décision pour le séjour

Tableau 10 Vous venez ici pour :Moyenne = **1,99** Écart-type = **1,25**

	Nb	% cit.
La première fois	282	56,6%
Déjà venu quelques fois (2 ou 3 fois)	47	9,4%
Déjà venu, souvent (une fois par an)	62	12,4%
Déjà venu, régulièrement (au moins 2 ou 3 fois par an)	107	21,5%
Total	498	100,0%

La question est à réponse unique sur une variable. Les paramètres sont établis par une notation de 1 (La première fois) à 4 (Déjà venu, régulièrement (au moins 2 ou 3 fois par an)). Les calculs sont effectués sans tenir compte des non-réponses (2). 56.6% des personnes interrogées affirment être là pour la première fois et les personnes qui sont venues régulièrement dans la région d'Apuseni représentent 21.5%. On note que ces personnes ont une proximité géographique avec la région (notamment les 6 départements) (Tableau no 10).

Tableau no 11 DécisionMoyenne = **2,52** Écart-types = **1,06**

	Nb	% cit.
Il y a quelques jours	99	19,8%
Il y a moins d'un mois	161	32,2%
Entre un mois et trois mois	119	23,8%
Plus de trois mois	121	24,2%
Total	500	100,0%

Ce tableau reflète la prise de décision des touristes avant de venir dans la région. 32.% des personnes ont pris la décision de venir il y a moins d'un mois (32.2 %), les autres

touristes ont pris plus de temps à organiser leur voyage, plus de trois mois (24.2%). Les autres touristes, qui sont à proximité géographiques, dans le département (Bihor, Cluj), des attractions touristiques choisis par eux, ont enregistré 19,8% de réponse pour la valeur « il y a quelques jours ». La question est à réponse unique pour une variable. Les paramètres sont établis sur une notation de 1 (Il y a quelques jours) à 4 (Plus de trois mois) (Tableau no 11).

5.1.8. Le budget journalier prévu durant le séjour

Tableau no 12 Budgets journaliers prévus

Moyenne = **1,48** Écart-type = **0,53**

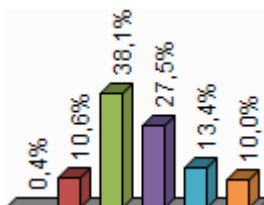
	Nb	% cit.
Moins de 30 euros	266	53,6%
Entre 30-100 euros	222	44,8%
Plus de 100 euros	8	1,6%
Total	496	100,0%

On peut distinguer trois types de budgets journaliers prévus par les touristes. Le plus sélectionné est le premier moins de 30 euros (53.6%), le deuxième entre 30 à 100 euros (44.8%) et plus de 100 euros (1.6%). La question est à réponse unique sur une variable. Les paramètres sont établis sur une notation de 1 (Moins de 30 euros) à 3 (Plus de 100 euros). Les calculs sont effectués sans tenir compte des non-réponses (Tableau no 12).

5.1.9. L'âge de personne interrogée

Tableau no 13 ÂGEMoyenne = **37,74** Écarts-types = **9,96**

	Nb	% cit.
Moins de 20	2	0,4%
De 20 à 30	52	10,6%
De 30 à 40	187	38,1%
De 40 à 50	135	27,5%
De 50 à 60	66	13,4%
60 et plus	49	10,0%
Total	491	100,0%

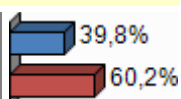


Dans la tranche d'âge de 30 à 40 ans, les personnes interrogées sont plus nombreuses que les que c'elles de 40 à 50 soit 27.5% contre 13,4% et 10,6%. La question est à réponse ouverte numérique. Les observations sont regroupées en 7 classes d'égale en amplitude. La moyenne et l'écart-type sont calculés sans tenir compte des non-réponses (9 réponses).

5.1.10. Le sexe de la personne interrogée

Tableau no 14 Genre M/F

	Nb	% cit.
Masculin	197	39,8%
Féminin	298	60,2%
Total	495	100,0%



Nous avons enregistré 197 réponses d'homme et 298 de femme pendant notre enquête. 5 personnes n'ont pas donné de réponse (Tableau no 14).

5.1.11. Le métier de la personne interrogée

93% des personnes interrogées sur le terrain sont actifs dans la Nomenclature des Professions et Catégories Socioprofessionnelles (PCS) et 4% non actifs. Pour 3% nous n'avons pas reçu de réponse.

Tableau no 15 Si 'Oui', quel est votre métier ?

	Nb	% cit.
Agriculteur	13	2,7%
Commerçant, artisan, chef entreprise	77	15,8%
Cadre Prof. Intellectuel Sup.	97	19,9%
Profession intermédiaire	79	16,2%
Employé	125	25,7%
Ouvrier	20	4,1%
Chômeur	4	0,8%
Elève, étudiant	46	9,4%
Autre	26	5,3%
Total	487	100,0%

Dans le tableau de la catégorie socioprofessionnelle des personnes interviewées, l'employé est le plus intéressé à voyager (25.7%) suivi par la catégorie des intellectuels (19.9%), les cadres dans la catégorie intermédiaire (16.2%). Les commerçants ou les chefs d'entreprise en voyage sont aussi nombreux (15.8%) et les étudiants en taux de 9.4%. Il y a 13 non-réponses (Tableau no 15)

5.2. Les modalités de voyage

5.2.1. Le mode de voyage

Tableau no 16 Comment avez-vous préparé votre voyage

	Nb	% obs.
Guides de voyage	69	13,8%
Demande de renseignements à l'Office de Tourisme	24	4,8%
Connaissance/amis	165	33,0%
Agence de voyages	40	8,0%
Internet	200	40,0%
Aucun renseignement pris	86	17,2%
Total	500	

Dans le cadre de notre enquête 40.0% des personnes ont répondu à la question qu'ils préparent leur voyage via internet, 33.0 % laissent l'organisation à leurs amis et / ou famille 17.2% planifient elles-mêmes leur voyage sans renseignement pris, 13.8% et 8.0% ont recours aux guides ou agence de voyages. Le nombre de sélections est supérieur au nombre d'observations du fait de réponse multiple (3 au maximum) (Tableau no 16).

5.2.2. Le moyen d'organisation

Tableau no 17 Avec qui êtes-vous venue (e)?

	Nb	% cit.
En groupe	67	13,4%
En couple	266	53,2%

Seul (e)	20	4,0%
Avec des amis/connaissances	79	15,8%
Avec les membres de votre famille	68	13,6%
Total	500	100,0%

Dans une large majorité, 53.2% de personnes interrogées sont en couple. On rencontre quelques groupes d'amis notamment chez les jeunes ou les personnes âgées de 15.8%. 13.6% sont des familles avec leurs enfants pour voyager. Les célibataires sont au nombre de 4.0%. Le graphique ci-dessous ne concerne que la variable « la famille ». Nous avons interrogé les personnes pour nous renseigner le nombre d'adultes et le nombre d'enfants et leur âge (Tableau no 18).

Tableau no 18 Nombre d'adultes

Moyenne = **2,19** Écart-types = **0,66**

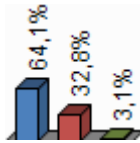
	Nb	% cit.
1	2	3,0%
2	56	83,6%
3	4	6,0%
4	4	6,0%
5	1	1,5%
Total	67	100,0%

Le tableau nombre d'adultes enregistre 56 familles avec 2 adultes, 4 familles ont 3 à 4 adultes (Tableau no 19).

Tableau no 19 Nombre d'enfants

Moyenne = **1,39** Écart-type = **0,55**

	Nb	% cit.
1	41	64,1%
2	21	32,8%
3	2	3,1%
Total	64	100,0%



Dans ce tableau on peut observer que 41 familles ont un enfant avec eux en voyage et 21 familles deux enfants (Tableau no 19). Les enfants dans les tranches d'âge moins de 4 et de 4 à 7 ans, sont à égalité de réponse (6), de 8 à 11 il y a 4 enfants et de 12 à 15 ans 2 enfants (Figure no 86)

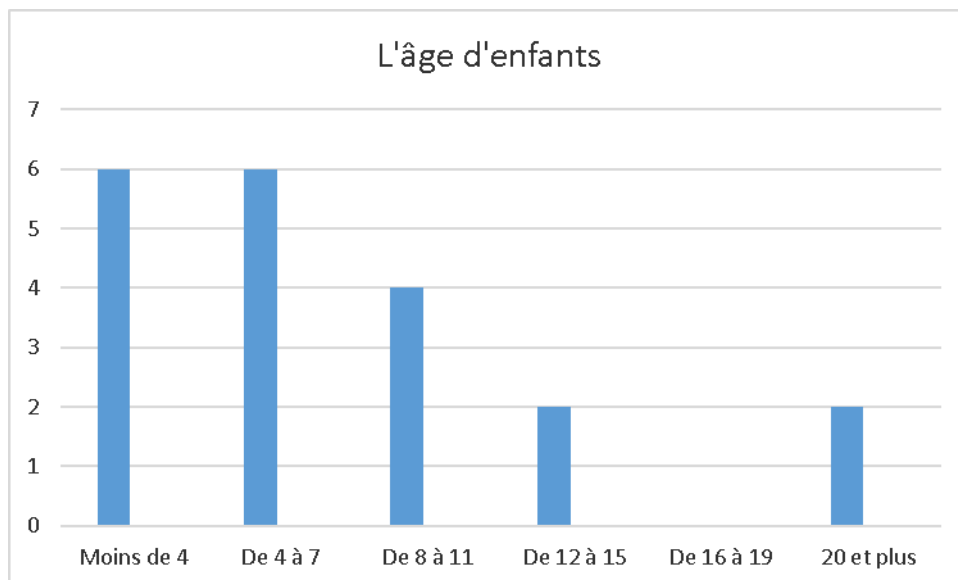


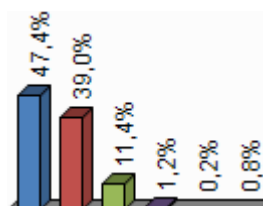
Figure no 86 L'âge d'enfants

5.2.3. La durée du séjour

Tableau no 20 Combien de jours êtes-vous dans la région ?

Moyenne = 2,08 Écart-types = 1,53

	Nb	% cit.
Moins de 2	237	47,4%



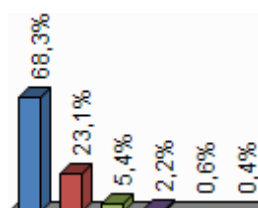
De 2 à 3	195	39,0%
De 4 à 5	57	11,4%
De 6 à 7	6	1,2%
De 8 à 9	1	0,2%
10 et plus	4	0,8%
Total	500	100,0%

On peut distinguer trois types de séjours : l'excursion (déplacement à but touristique effectué dans la même journée), le court séjour qui inclut au moins une nuit minimum et trois nuits maximum hors de la zone de résidence. Le troisième type est le long séjour qui est d'une durée d'au moins quatre nuits consécutives. Dans le cadre de notre enquête, 47.4% des personnes interviewées sont excursionnistes, 39.0% des personnes sont en court séjour et plus de 11.4 % sont en long séjour (Tableau no 20).

Tableau no 21 Combien de temps pendant le séjour ?

Moyenne = **2,62** Écart-types = **2,22**

	Nb	% cit.
Moins de 3	340	68,3%
De 3 à 5	115	23,1%
De 6 à 8	27	5,4%
De 9 à 11	11	2,2%
De 12 à 14	3	0,6%
15 et plus	2	0,4%
Total	498	100,0%



Dans le cadre de notre enquête, 68.3% de personnes interviewées vont partir en court séjour, 23.1% sont en vacances pour de long séjour (Tableau no 21).

5.2.4. La distance et le temps de la visite

Tableau no 22 Distance parcourue par jour

Distance parcourue	Nb. cit.	Fréq.
Non-réponse	171	34.2%
Moins de 20	246	49.2%
De 20 à 30	38	7.6%
De 30 à 40	25	5%
40 et plus	20	4%
TOTAL OBS.	500	100%

La question est à réponse ouverte numérique. Les observations sont regroupées en 7 classes d'égale amplitude. La moyenne et l'écart-type sont calculés sans tenir compte des non-réponses (Tableau no 22).

5.2.5. Le mode de transport

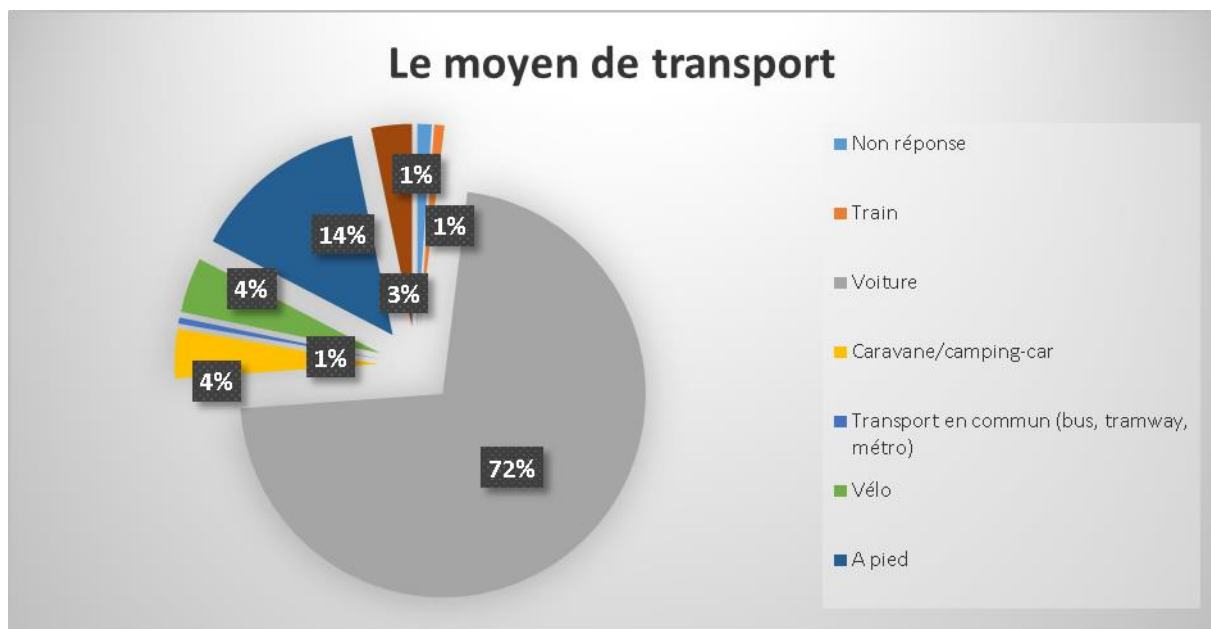


Figure no 87 Le moyen de transport

À la question « Quel(s) moyen(s) de transport utilisez-vous habituellement pour vous rendre sur les sites ? » nous avons comme moyen de transport une série variée de réponse. Quel moyen de transport incite au voyage. La voiture est le moyen de transport le plus utilisé (88.6%). Les moyens de transport en train ou les transports en commun ne sont pas pour autant trop pris surtout dans les villes. Les personnes qui se déplacent à pied représentent un taux de 17.4% des réponses pour se rendre sur les sites touristiques. Le nombre de sélections est supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples (2 au maximum) (Figure no 87).

5.2.6. La restauration

Tableau no 23 Mode de restauration

	Nb	% cit.
Pension complète	6	1,2%
Demi-pension	211	42,2%
Gestion libre	283	56,6%
Autre	0	0,0%
Total	500	100,0%

La plupart des personnes interrogées, qui voyagent dans la région, préfèrent la libre sélection de leur repas (56.6%) et les personnes qui préfèrent la demi-pension dans les gîtes, pensions ou les hôtels (42.2%) (Tableau no 23).

5.2.7. Le mode d'hébergement

Tableau no 24 Quel mode d'hébergement ?

	Nb	% obs.	Imp.
Hôtel	94	18,8%	0,61
Chambres d'hôtes	174	34,8%	1,12
Auberge de jeunesse/Hébergement collectif	0	0,0%	0,00
Résidence secondaire	4	0,8%	0,03
Camping	118	23,6%	0,75
Gîte rural	25	5,0%	0,16
Famille/amis, Aucun hébergement	18	3,6%	0,12
Autre hébergement (camping-car)	38	7,6%	0,24
Total	500		

Ce tableau montre que les personnes interrogées préfèrent les chambres d’hôtes (38.8%). Le mode camping est également important pour eux, car ils bénéficient de service gratuit à leur disposition (il n’y a pas de paiement pour le logement). En troisième position se détache l’hôtel avec un taux de 18.8% pour les personnes qui préfèrent plus de confort. Pour la réponse « autre » cette question enregistre 30 réponses pour le mode d’hébergement dans le chalet. Le tableau suivant montre la réservation de l’hébergement (Tableau no 24).

Aujourd’hui le touriste est autonome, il prépare seul son séjour lorsqu’il réserve son logement sur internet, 242 répondants ont recouru à cette manière. En deuxième position vient la réservation sur place avec 146 répondants. La recommandation des amis et parents arrive en troisième position avec 48 réponses. Certains touristes font appel à une agence de voyages pour réserver le logement dans le cadre d’un forfait touristique 36 répondants. 5 réponses ont été enregistrées pour le mode « autre » de la réservation ou certaines personnes ont fait appel à l’université pour réserver leur hébergement (Figure no 88).

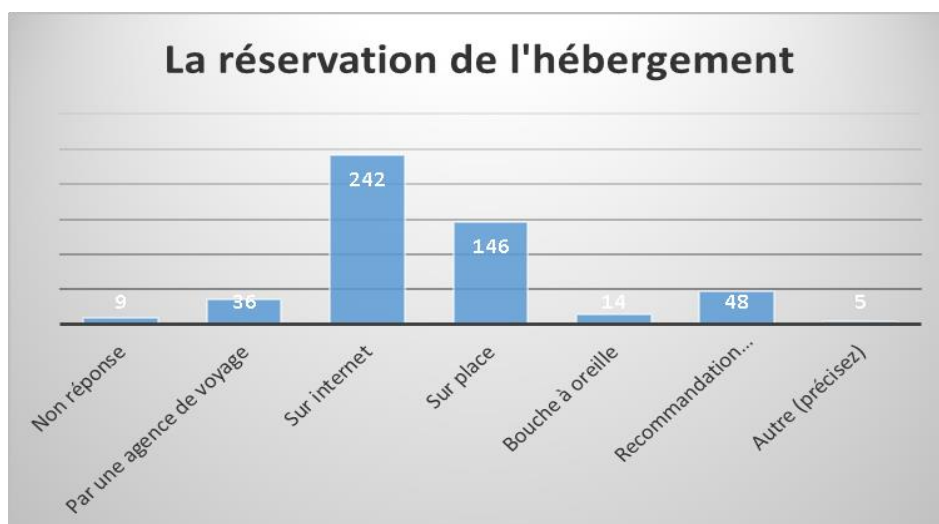


Figure no 88 La réservation de l'hébergement

Dans la figure suivante nous pouvons observer que les touristes préfèrent un hébergement avec la gestion libre 57%, d'autres préfèrent la demi-pension 42% et la pension complète enregistre 0% (Figure no 89).

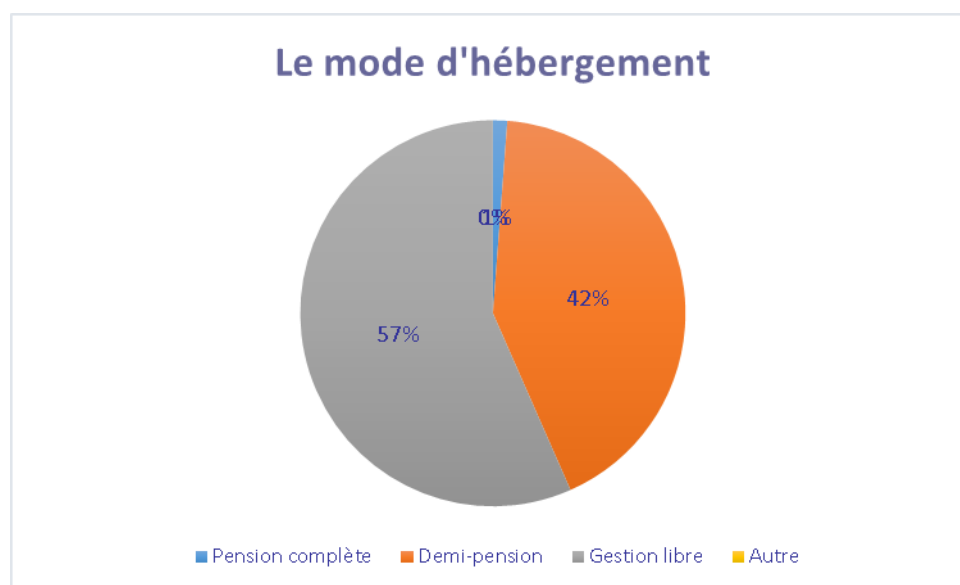


Figure no 89 Le mode d'hébergement

5.3. Une pratique dominante par la découverte

5.3.1. Les sites fréquentés

Tableau no 25 Ce que vous allez faire

	Nb	% obs.
Albac	24	4,8%
Arieșeni	28	5,6%
Cluj-Napoca	131	26,2%
Glacier souterrain de Scărișoara	136	27,2%
Roșia Montană	50	10,0%
Grotte d'Ours	147	29,4%
Autre	359	71,8%
Total	500	

Dans ce tableau nous pouvons observer que lors du début de leur séjour les personnes visitent en premier lieu le Glacier souterrain de Scărișoara, deuxièmement la ville de Cluj-Napoca qui est limitrophe à la région Apuseni et une porte d'entrée pour les touristes. En troisième temps, leur intérêt va vers la Grotte d'Ours dans le village Chișcău (Tableau no 25).

La catégorisation de la variable donné lieu à six modalités des réponses. Le nombre de citations est supérieur au nombre d'observations du fait de réponse multiple (7 au maximum).

Pour la question « autre » les répondants ont donné comme réponses : Grotte Meziad pour 44 personnes, Grotte Farcu pour 32 personnes, Saline Turda pour 32 personnes, Grotte Poarta lui Ionele pour 28 personnes, Gorges Ordâncușii pour 27 personnes, 26 personnes pour les Gorges Turzii.

Tableau no 26 Intention de visite

	Nb	% obs.
Albac	14	2,8%
Arieșeni	13	2,6%
Cluj-Napoca	49	9,8%
Glacier de	149	29,8%

Scărișoara		
Grotte d'Ours	127	25,4%
Padiș	203	40,6%
Autre	304	60,8%
Total	500	

Dans leurs préférences lors de leur début de séjour, les personnes ont l'intention de visiter la sous-zone Padiș (40.6%), le glacier Scărișoara (29.8%), la grotte d'Ours (25.4%), la ville de Cluj-Napoca (9.8%). Le nombre de citations est supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples (7 au maximum) (Tableau no 26).

La figure no 90 représente 72.2% des personnes qui visitent des grottes, néanmoins 60.8% personnes visitent les gorges pendant leur séjour. Les deux font partie des intentions de visite les plus aimées par des personnes interviewées. La modalité « Sites du Parc Naturel Apuseni », représente 32.8% et 19.8% des personnes préfèrent la ville. Le nombre de citations est supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples (4 au maximum). Le nombre de personne ayant répondu à la question est très élevé.

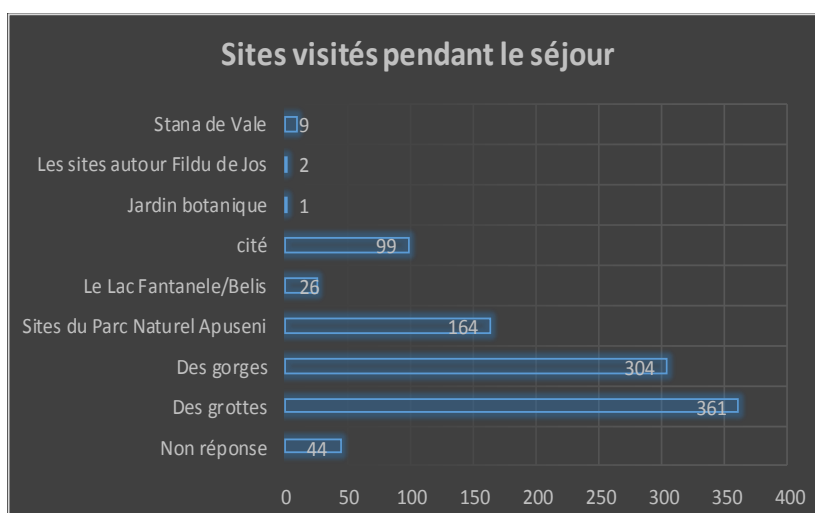


Figure no 90 Sites visités pendant le séjour

5.3.2. La découverte des sites

Tableau no 27 Modalités de découverte de ces sites

	Nb	% cit.
Recommandés	287	58,1%
Publicité	21	4,3%
Bouche-à-oreille	114	23,1%
Découverts sur place	70	14,2%
Autre	2	0,4%
Total	494	100,0%

Concernant les modalités de découverte de ces sites, les personnes interviewées ont répondu que les sites ont été recommandés par les amis ou les membres de la famille 58.1%. En outre, la modalité « bouche-à-oreille » enregistre 23.1% des personnes interviewées, 14.2% ont découvert les sites eux-mêmes sur place grâce à la signalétique. La modalité « publicité » enregistre 4.3%, 1.6% non pas répondu à la question (Tableau no 27).

5.3.3. Le nombre des sites visités

Tableau no 28 Combien des sites visitez-vous

Moyenne = 3,06 Écarts-types = 1,21

	Nb	% cit.
Moins de 2	37	8,0%
2	115	24,9%
3	165	35,7%
4	87	18,8%
5	47	10,2%
6 et plus	11	2,4%
Total	462	100,0%

35.7% des personnes interrogées dans le cadre de notre enquête visitent en moyenne par jour 3 sites. La visite de 2 sites par jour figure en deuxième position avec 24.9%. La visite de 4 sites pour les courageux est aussi importante avec 18.8%, suivi par la visite avec 5 sites par jour 10.2%. D'après les deux dernières valeurs des réponses, nous pouvons conclure que les touristes ont poursuivi la visite des circuits touristiques grâce au balisage, pour atteindre un plus grand nombre d'attractions touristiques (Tableau no 28).

5.3.4. Les activités touristiques

Les activités mentionnées dans le cadre de l'enquête ont été nombreuses et pour cela nous les avons regroupées en catégories.

Tableau no 29 Quel type d'activités touristiques

	Nb	% obs.
Les activités de découverte des patrimoines bâtis et historiques	86	17,2%
Les activités culturelles (conférences, spectacles, concerts, expositions artistiques, etc.)	12	2,4%
Les activités sportives de plain nature (VTT, randonnées, canoé-kayak, parcours aventure)	129	25,8%
Ce qui favorise le repose à la campagne	458	91,6%
Autre	8	1,6%
Total	500	

En ce qui concerne les activités touristiques qu'il faut développer en Apuseni, la réponse « ce qui favorise la campagne » enregistre 458 votes, la réponse « les activités de plaine nature » enregistre 25.8% des sélections. Le nombre de citations est supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples (5 au maximum).

Tableau no 30 Activités sportives effectuées

	Nb	% obs.

Randonnées	179	35,8%
Marche	255	51,0%
VTT	21	4,2%
Balades en nature	85	17,0%
Sport	13	2,6%
Total	500	

Les raisons des personnes, pour justifier les activités sportives pratiquées, démontrent que les touristes préfèrent à marche 51.0%, les randonnées 35.8%, balades en nature 17.0% suivi par le VTT 4.2%. Nous sommes dans une région de pleine nature qui en fait sa popularité et invite à la découverte. La variante de réponse « autre » pour cette question renseigne l'escalade 9 répondants, le sport nautique 5 répondants et 2 répondants pour la Tyrolienne pour l'enfant. Le nombre de citations est supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples (2 au maximum) (Tableau no 30).

Tableau no 31 Activités culturelles

	Nb	% obs.
Musées	158	31,6%
Église	60	12,0%
Sites historiques	54	10,8%
Art/Artisanat	20	4,0%
Total	292	57.6%

Pour les personnes qui se sont exprimées dans le cadre de notre enquête, la visite des musées est en premier plan avec 31.6% personnes interrogées, la visite des églises en bois avec 12.0%, suivi par les sites historiques comme Roşia Montană, le musée de l'or à Brad ou le musée d'Avram Iancu (avocat qui joue un rôle important dans l'histoire d'Apuseni, dans le Pays des Moţi -une région ethnographique rurale transylvaine). L'art et l'artisanat enregistrent 4.0% des réponses.

Tableau no 32 Activités 2 gastronomiques

	Nb	% obs.
Gastronomie/terroir	118	23,6%
Producteurs locaux	260	52,0%
Restaurants	137	27,4%
Autre	0	0,0%
Total	500	

À la question « Quels sont les activités gastronomiques que vous avez effectuées durant votre séjour ? » nous avons eu un taux de 52.0% de réponses pour les producteurs locaux, suivi par les restaurants 27.4%. Le nombre de citations est supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples 5 au maximum (Tableau no 32).

5.3.5. L'impression de personnes interrogées sur la destination

Tableau no 33 Plaisir

Valeurs	Nb. cit.	Fréq.
Les paysages	159	26.9%
Le relief	108	21.6%
L'air	30	6%
Les grottes	22	4.4%
Les habitants	20	4%

Les personnes interviewées ont répondu qu'ils apprécient les paysages dans la région Apuseni 26.9%, ensuite le relief karstique 21.6%, l'air propre 6%, les grottes qui représente le point clés de cette région 4.4.% et enfin les habitants pour leur hospitalité 4% (Tableau no 33).

Tableau no 34 Déplaisir

	Nb	% obs.
Le manque de guide	5	1%
Problème de signalétique	2	0,4%
Infrastructure routière de mauvaise qualité	97	19,4%
La pollution	2	0,4%
L'accès	12	2,4%
Total	500	

118 réponses, dont 382 non-réponses. Le tableau déplaisir représente 19.4% de reproche exprimé par les personnes sur l'infrastructure routière de la région. La route avec beaucoup de problèmes est la Beius-Steii-Pietroasa dont des travaux ont été menés par les maires, mais sans aucune finalisation. Les problèmes liés à l'accès de la région représentent 2.4%. Un autre reproche est lié au manque de guides interprètes (1%) (Tableau no 35).

Tableau no 35 Souhaitez-vous revenir

	Nb	% cit.
Oui	495	99,8%
Non	1	0,2%
Total	496	100,0%

La visite de la région Apuseni avec ses grottes et ses gorges, ses paysages et ses sillages pittoresques semble très appréciés par les touristes. Cette appréciation invite à revenir dans la région pour lequel 99.8% des personnes ont eu une réponse affirmative.

Tableau no 36 Pourquoi ?

Pour les paysages	17	55%
Le relief	7	21.2%
Les randonnées	3	9.1%

Découvrir des autres sites touristiques	2	6.1%
L'hospitalité des gens	2	6.1%
Nous avons fait des nouveaux amis	1	3.0%
TOTAL	33	100.0%

Les motifs évoqués sont divers, mais la raison principale, qui justifie les réponses, est donnée par les paysages des Monts Apuseni et son relief karstique (Tableau no 36).

Tableau no 37 Degré de satisfaction

Moyenne = **1,18** Écart-type = **0,38**

	Nb	% cit.
Très satisfait	409	82,0%
Plutôt satisfait	90	18,0%
Peu satisfait	0	0,0%
Pas satisfait	0	0,0%
Total	499	100,0%

Concernant le degré de satisfaction des personnes 82% sont très satisfait de leur séjour. Pendant le séjour nous devons prendre en compte l'hébergement et ses conditions, la restauration, les paysages et l'hospitalité des habitants. Ces caractéristiques représentent la raison principale pour avoir un séjour réussi et la motivation d'y revenir, 18.0% des personnes ont répondu plutôt satisfait de leur séjour. La question est à réponse unique sur l'échelle. Les paramètres sont établis sur une annotation de 1 Très satisfait à 4 Pas satisfait. Les calculs sont effectués sans tenir compte des non-réponses (Tableau no 37).

Tableau no 38 Recommandation à donner à un(e) ami(e) avant de venir en Apuseni

Valeurs	Nb. cit.	Fréq.
Venez voir !	35	5%
Venez découvrir !	23	4.6%
Il faut avoir un bon	9	1.8%

équipement !		
Visiter les grottes !	8	1.6%
Essayez la cuisine roumaine !	5	1%

« Venez voir » la région Apuseni est la plus citée avec 35 observations, suivie par « Venez découvrir ». Il y a 420 non-réponses (Tableau no 38).

5.4. Le mode d'information des touristes

5.4.1. La source d'information

Tableau no 39 Source d'information

	Nb	% obs.
Carte	285	57,0%
Guide touristique	145	29,0%
Internet	48	9,6%
Dépliants	7	1,4%
Total	500	

Concernant la source de l'information sur place les personnes interviewées préfèrent le plus la carte 57.0%, ensuite le guide touristiques 29.0% (Routard, National Travel Romania). Internet représente 9.6%, les personnes s'en servent pour obtenir les informations dont ils ont besoin. Les dépliants 1.4%) sont également une source d'information. Le nombre de citations est supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples (2 au maximum) (Tableau no 39).

Pour la modalité « Si Autre », précisez » pour la source d'information sur place, nous pouvons observer dans le tableau que les individus font appel au GPS ou à un guide interprète (Tableau no 40).

Tableau no 40 Source d'information sur place, variable « autre »

GPS	18	34.0%
Guidage	12	22.6%
Bouche-à-oreille	6	9.6%

5.4.2. L'orientation et l'information dans l'espace

Tableau no 41 L'orientation et l'information dans l'espace

	très bon	bon	mauvais	très mauvais	Total
Facilité d'accès au site	204	205	6	1	416
Facilité de trouver le site grâce aux	174	237	3	0	414
Sécurité des déplacements au sein du	136	271	9	0	416
Accessibilité aux personnes à mobilité	73	159	148	31	411
Aménagement du site	102	274	39	0	415
Information du site	126	243	44	2	415
Total	815	1389	249	34	2487

40.8% des personnes qui ont répondu à la question sur l'accessibilité aux sites déclaraient que c'est bon. Pour 47.4% il a été facile de trouver les sites grâce à la signalétique, pour 54.2% la sécurité des déplacements a été bonne, pour 31.8% l'accessibilité aux sites est bonne, l'aménagement des sites est bon avec 54.8% et l'information des sites également bon avec 48.6%. La question est à réponse unique sur une variable. Les paramètres sont établis sur une notation de 1très bon à 4 très mauvais. Les calculs sont effectués sans tenir compte des non-réponses (Tableau no 41).

5.5. Les tendances générales des différentes variables

5.5.1. L'identité d'Apuseni

Tableau no 42 Le site associé à l'identité d'Apuseni ?

À quoi associez-vous l'identité d'Apuseni	Nb. cit.	Fréq.
Non-réponse	19	3.8%
Pays des Moti	67	13.4%
Grotte d'Ours	39	7.8%
Grotte de Scarisoara	14	2.8%
Aux villages authentiques du secteur	108	21.6%
Au Parc Naturel Apuseni	234	46.8%
Rosia Montana	5	1.0%
Autre	14	2.8%
TOTAL OBS.	500	100%

Les personnes ont associé l'identité de la région Apuseni, avec le Parc Naturel Apuseni 46.8%. Le Parc a dans son territoire les éléments le plus importants comme : Grotte Cetățile Ponorului, Grotte d'Ours, Gorges Galbenei, Grotte de Scărișoara. En deuxième position on trouve des villages authentiques du secteur (les hameaux spécifiques « catun » avec les maisons sur les Monts à une altitude de plus 1.400 mètres). En troisième position est le Pays de Moți. Le Pays de Moți est habité par une population roumaine qui porte le nom de « Moți ». Traditionnellement, « les Moți »³² sont considérés comme résidents des villages d'Avram Iancu, Vidra de Jos, Vidra de Mijloc, Albac, Horea, Scărișoara, Ponorel, Secătura, Arieșeni etc. situés au-dessus de la ville de Campeni, département d'Alba. Pour la modalité de réponse « Si 'Autre » la Grotte Cetățile Ponorului a enregistré 14 réponses (Tableau no 42).

5.5.2. Les éléments les plus importants d'Apuseni

Tableau no 43 Les éléments les plus importants d'Apuseni

Valeurs	Nb. cit.
---------	----------

³² Rusu A., I., 1927, *Moții, calvarul unui popor eroic*, dar nedreptățit, București

Les grottes	128
Grotte Cetățile Ponorului	50
Grotte d'Ours	41
Les gorges	30
Gorges Galbenei	29
Les paysages	28

À la question ouverte qui a laissé le libre choix aux personnes de répondre, d'après eux les éléments les plus importants d'Apuseni sont les grottes en général, mais en particulier la grotte Cetățile Ponorului qui représente son élément de base ou la représentante (Tableau no 43).

5.5.3. Le site qui s'associe pour Apuseni

Tableau no 44 Le site qui s'associe pour Apuseni

Valeurs	Nb. cit.	Fréq.
Grotte Cetățile Ponorului (département de Bihor)	118	23.6%
Padiș (département de Bihor)	57	11.4%
Grotte d'Ours (département de Bihor)	47	9.4%
Gorges Galbenei (département de Bihor)	40	8%
Gorges Turzii (département de Cluj)	31	6.2%
Detunatele (département d'Alba)	22	4.4%

Ce tableau reflète que les sites le plus associe pour la région Apuseni est la Grotte Cetățile Ponorului. Nous pouvons dire que cette grotte peut-être la marque de promotion pour la région étudiée. En deuxième position est la sous-zone Padiș (des Monts Bihorului) qui inclut plusieurs attraits touristiques d'importance pour le relief karstique. En troisième position est la grotte d'Ours, suivi par les Gorges Galbenei, Turzii et la réserve « Detunatele ». Tous ces attraits ont été décrits dans le chapitre III de la partie I de la thèse (Tableau no 44).

Conclusion

Dans ce chapitre nous avons des résultats de l'enquête par questionnaire (méthodologie présente dans le chapitre IV partie II de la thèse) qui nous donne déjà une idée assez claire du phénomène suivi. La préoccupation des touristes semble d'être la découverte de la nature et se reposer.

Les personnes interrogées aiment les sites du Parc Naturel Apuseni ainsi que la culture locale et historique. Les touristes ont l'image dans leur tête que la Grotte Cetățile Ponorului qui représente un élément important pour associer ces Monts.

Dans ce chapitre nous avons une idée du profil de touristes (d'où il vient, quel métier il a, etc.) et d'autre part nous avons été amenés à étudier quels lieux touristiques choisissent le touriste pour ses visites ou études.

TROISIÈME PARTIE LA GOUVERNANCE DES ACTEURS

DANS LA RÉGION APUSENI

Introduction

« Mettre l'acteur au centre de l'analyse – qu'il s'agisse des touristes, des entrepreneurs, des administrations etc...- est primordial si l'on veut comprendre les logiques de fonctionnement du tourisme comme système : en effet, ce dernier ne comporte pas seulement des marchés ou des espaces, dans le cadre de leur compétences stratégiques propres, et qui agissent dans le cadre de leurs intentionnalités selon des normes juridiques et sociales normées ».Violier, P., 2003

Dans cette partie nous traiterons du système des intervenants du tourisme qui se caractérise par une diversité des acteurs publics et privés. Le secteur privé est surtout marqué par les organisateurs de voyage, les propriétaires de base d'hébergement ou les grandes entreprises intégrées c'est-dire une multitude de « Petite et Moyenne Entreprise » (Philippe Violier, 2000). Le secteur public se définit avant tout par l'emboîtement des territoires.

L'organisation institutionnelle du tourisme reproduit précisément celle de l'administration aux niveaux des départements, au niveau des municipalités dont les limites interagissent plus ou moins avec celles des autres mairies. En Roumanie, il s'agit avant tout d'une mise en place des politiques ou stratégies exigées par l'état. Ils se partagent des missions issues de la stratégie étatique de l'Autorité Nationale du Tourisme.

Pour le chapitre VI nous présenterons la méthodologie d'enquête de l'entretien. Concernant le chapitre VII nous mènerons une analyse d'inventaire des acteurs du secteur public ou privé. Finalement dans le dernier chapitre nous traiterons de la gouvernance de certain acteur dans ces secteurs et de leur stratégie.

CHAPITRE VI

LA MÉTHODOLOGIE DE L'ENTRETIEN

Introduction

Pour préparer et conduire une enquête par entretien semi-directif il est nécessaire de parcourir certaines étapes importantes. Par l'entretien semi-directif, le répondeur a la liberté de parole dans un cadre strict. Pour ce type d'entretien, il est nécessaire de préparer un guide d'entretien et du matériel pour enregistrer les informations. Les grands « jeux » de cette enquête est que l'enquêteur doit bien jouer son rôle et bien expliquer le but de l'entretien.

Pour préparer l'entretien, nous avons choisi les personnes pour l'enquête (36 entretiens) et nous avons sollicité un entretien en collaboration avec un acteur du tourisme (agence de voyages) pour éviter certains écueils.

Nous avons préparé l'entretien (date, la durée, le lieu) avec chaque acteur par téléphone et après dans l'étape suivante par rendez-vous. Dans ce chapitre est présentée la méthodologie et l'analyse de l'entretien.

6.1. L'entretien

Lors de l'étape de terrain, la recherche consiste à choisir des méthodes qualitatives pour avoir des résultats les plus proches de la réalité, des techniques d'analyse et de collecte des données qui vont mener aux discussions avec les acteurs du tourisme des secteurs publics et privés. On va ensuite accorder une attention particulière à un acteur important le « touriste ».

Dans le cadre de l'étape de terrain on va utiliser des méthodes qualitatives comme : l'observation, l'entretien, les techniques visuelles, afin de mieux saisir le phénomène suivi et les discussions, ainsi que des méthodes quantitatives (le questionnaire, l'analyse statistique).

Les méthodes qualitatives ont eu une évolution en parallèle avec les méthodes quantitatives, de sorte qu'ils comptent sur l'observation qui aide à comprendre les mécanismes et les comportements des individus (Alami et all 2009, p. 34).

Ces méthodes qualitatives seront utilisées, car il est nécessaire d'avoir une approche différenciée de dialogue avec les personnes impliquées dans l'activité touristique en fonction des circonstances apparues lors de l'étape de terrain précédente.

Ainsi, **la méthode de l'entretien semi-directif** face à face avec l'acteur en tourisme concerné (institutions, agence de voyages, représentant de la mairie ou du département du conseil, touriste, etc.) sera utilisée.

La méthode de l'observation sera utilisée comme un complément de l'entretien. La méthode visuelle (la photographie - qui détaille les lieux, la vidéo, car elle montre l'évolution des situations spécifiques, le schéma ou le contexte spatial qui montre une représentation spatiale poursuivie) sera également appliquée, car elle vient en aide de cette enquête et de la recherche scientifique.

Les méthodes quantitatives seront utilisées pour compléter les méthodes qualitatives de recherche : la méthode statistique (l'utilisation des indices, des indicateurs et des statistiques) est une méthode de mesure, d'analyse des données qui va permettre la comparaison des résultats. La méthode de cartographie permet une représentation graphique des faits étudiés.

La cartographie est souvent utilisée dans l'espace d'analyse. La méthode d'analyse va consister à étudier les relations spatiales entre les différents types d'informations en fonction de leur structure et la plus importante méthode quantitative - le questionnaire.

La méthode du questionnaire sera utilisée face à face avec le touriste de sorte que les questions seront modélisées pour savoir le degré de motivation d'un touriste, ses préférences en matière de choix de destination, l'observation des caractéristiques sociodémographiques, les lieux d'origine, les lieux visités pendant son séjour, etc. Néanmoins, l'entretien personnalisé auprès des acteurs du secteur public et privé va nous conduire à savoir qui sont les principaux acteurs dans le territoire.

Nous allons réaliser une description des professionnels du tourisme en présentant leurs actions de développement local grâce à l'entretien et à l'aide de la recherche documentaire.

Cette analyse va nous permettre d'interpréter quelles sont les relations entre les acteurs et quelles sont leurs stratégies par rapport à l'espace local. La méthode de l'observation et la photographie sur le terrain vont être complémentaires à la réalisation de cette enquête. Structurer chaque entretien pour chaque catégorie d'acteurs du tourisme.

La technique de l'entretien (directement, par courriel, par téléphone) et le traitement des réponses reçues (vérification, ordonnancement, numérisation, etc.) Durant la période

février-avril, nous avons envoyé un courriel à toutes les mairies de la région Apuseni. Ce courriel contenant des questions sur l'organisation des acteurs, leurs actions. Nous n'avons enregistré aucun retour.

L'enquête par entretien constitue actuellement une technique fréquemment pratiquée en science. Nous utiliserons dans notre étude cette technique qui vise à obtenir des informations/réponses sur la personne interviewée. L'enquête par entretien est un moyen obligé lorsqu'on veut aborder certaines questions et une démarche qui exige l'interview par une rencontre directe.

6.2. Le guide de l'entretien

Les personnes interrogées sont des acteurs du tourisme comme : les hébergeurs, les bases de restauration, les transporteurs, les offices du tourisme, les agences de voyages, les représentants des mairies, agences du développement régional du tourisme et les comités départementaux en tourisme. L'objectif principal de l'enquête a été de voir s'il y a un bon fonctionnement du système d'acteurs.

Nous avons réalisé une démarche de recueil d'information par entretien semi-directif afin de nous aider à suivre les réponses attendues pour chaque question. Le guide d'entretien est introduit par un rappel de l'étude avec son objectif et son déroulement. Le guide présente des thématiques sous la forme des questions ouvertes.

Chaque question correspond à un objectif. Le guide d'entretien nécessite son enregistrement. Il est nécessaire d'expliquer aux personnes interrogées son utilité dans le respect de l'anonymat.

6.3. L'analyse des entretiens

L'analyse des entretiens est mise en scène par l'analyse thématique et l'interprétation des résultats. En fonction des exigences de l'analyse, nous pouvons faire un résumé par entretien ou une analyse thématique transversale, analyser, interpréter, comparer les informations recueillies.

À l'issue des entretiens, nous en avons tiré trois axes principaux :

1. Atomisation d'acteurs entrepreneurs
2. Les pouvoirs publics

3. Le système des acteurs

Conclusions

Ce chapitre a présenté la méthodologie de l'enquête par entretien. Des difficultés rencontrées lors des face à face avec les acteurs du tourisme ont été recueillies, car ils ne sont pas habitués à ce type d'enquête.

Nous considérons que de ce type d'enquête est issue une manière de protocole.

CHAPITRE VII

QUI SONT LES ACTEURS DU TOURISME POUR L'ESPACE LOCAL ?

Introduction

Dans ce chapitre nous présenterons les acteurs de l'organisation du tourisme en Roumanie. Nous poursuivons par une analyse descriptive au niveau national, régional, départemental et des villes. En première partie du chapitre 7 une grille a été élaborée pour identifier les acteurs, leur statut et leur rôle. Dans la deuxième partie de ce chapitre nous présentons le fonctionnement du conseil général et de la mairie, en dernière partie nous détaillons la société civile ainsi que les centres d'information touristique de la région Apuseni. Cette analyse donne une autre dimension régionale à ce territoire au travers de ces acteurs.

7.1. L'inventaire des acteurs en Roumanie

Nous avons élaboré une grille ci-dessous qui suggère l'identification des différents acteurs dans les Monts Apuseni en précisant le statut, le type, le rôle.

Cette grille a une fonction descriptive qui permet d'avoir des informations de base sur les acteurs concernés. La grille est présentée comme une liste d'acteurs de sorte que la première colonne identifie les acteurs, la seconde spécifie le type d'acteurs (états ou fonction), la troisième colonne précise le rôle des acteurs du système (Tableau no 45).

Tableau no 45 La grilles d'acteurs en Roumanie

Acteurs	Statut	Rôle
Ministère du Tourisme Autorité de Nationale du Tourisme Agences de	Gouvernement Administration	Réglementer le cadre juridique, développer, promouvoir le tourisme

développement régional		
Les conseils généraux, les municipalités, communes	Acteurs politiques	Mettre en œuvre la stratégie élaborée par le ministère du Tourisme
Centre d'information touristique (OF) Le Parc Naturel Apuseni Salvamont	Organismes sectoriels ou parapublics	Information, promotion touristique
ONG, associations, G.A.L.	La société civile	Développe le territoire à travers des projets, assure sa dynamique
Hôtels, gîtes, chalets, etc.	Entrepreneurs	Promotion de l'identité du territoire
Universités, centres de recherche	Chercheurs	Implication dans des documents stratégiques Auteur : Mariana C., doctorante U.A.I.C.

Pour commencer peuvent être analysées les catégories suivantes d'acteurs :

1. structures administratives / gouvernement politiques (Ministère du Tourisme, etc.),
2. entrepreneurs (secteur du tourisme d'affaires constitué par les agences de voyages, des d'hébergement, etc.),
3. la société civile / ONG,
4. touristes,
5. communauté scientifique / chercheurs.

Les structures administratives et gouvernementales sont d'ordre politique, la définition des orientations stratégiques et l'ajustement de ces directions en fonction des besoins du territoire ou des nécessités. Le rôle des gouvernements locaux est de développer le tourisme dans le territoire et d'aider à la mise en œuvre de la politique nationale du tourisme d'A.N.T.

À l'heure actuelle, huit agences de développement régional, constitué comme ONG, sont actives dans le domaine public. Dans ce secteur, nous pouvons inclure les organismes parapublics comme le Parc Naturel Apuseni, la direction Salvamont et les centres d'information et de promotion touristique.

Parcs nationaux ou naturels ont une direction orientée tourisme. Le premier parc national a été créé en 1935 dans les Monts Retezat, le parc a un statut de réserve naturelle. Le nombre de parcs en Roumanie est de 28. Dans ces parcs s'activent les conseils de municipalité et de département.

Dans le cadre des Monts Apuseni fonctionne le Parc Naturel Apuseni. Le Parc Naturel Apuseni est une aire protégée de 1^{ère} catégorie, Paysage Terrestre Protégé de l'I.U.C.N. (*Union Internationale pour la Conservation de la Nature*). Les premières initiatives pour la création du parc en 1930 appartiennent aux chercheurs Emil Racoviță et René Jeannel. Fondé en 2004, le parc est situé au cœur des Monts Apuseni, et couvre une superficie de 3 départements : Cluj 40,15%, Alba 31,92% et Bihor 27,92%. Le Parc offre un potentiel naturel et culturel fabuleux : une zone montagneuse avec des paysages pittoresques, une grande variété de flore et faune spécifiques aux Carpates et une grande complexité et la diversité des phénomènes karstiques (gorges, grottes, glaciers) dans la région historique de Transylvanie.

L'analyse (Chindriș M., 2014a)³³ du nombre d'arrivées de touristes dans les communes situées dans P.N.A. à Alba, Bihor et Cluj permet de voir le profil des visiteurs qui choisissent cette région comme destination touristique. L'analyse révèle également qu'Arieșeni a une augmentation continue de touristes étant donné qu'il a un nombre plus élevé de bases d'hébergements. Dans le département d'Alba se situent les plus importantes attractions touristiques, les plus connues sont : le Glacier Scărișoara, Grotte Poliței, Grotte Zgurăști, etc. Cependant, ces communes ont un flux élevé de touristes à proximité des villes comme Cluj-Napoca, Turda, Oradea, Alba Iulia (Figure no 91).

³³ Chindriș M., 2014, Le tourisme dans le Parc Naturel Apuseni Nord-Ouest de la Roumanie, Poster/Communication à la Nuit des Chercheurs à Angers

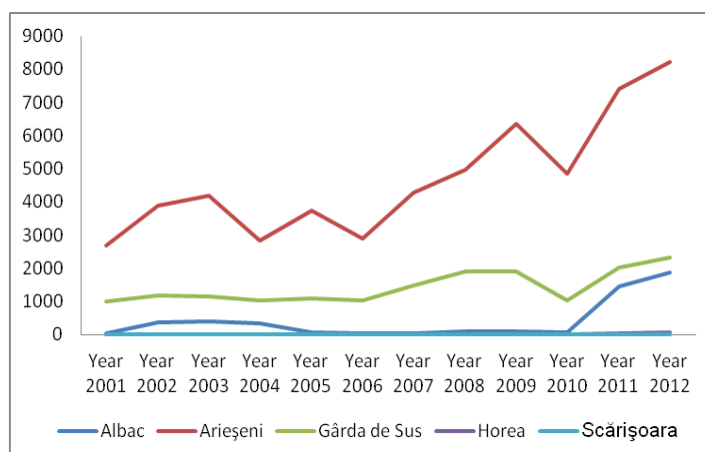


Figure no 91 Le nombre d'arrivées de touristes dans les communes situées dans P.N.A. – Département d'Alba (Source : INS, 2012)

Budureasa est la « porte » d'entrée dans le département de Bihor, qui à des attractions touristiques comme : Padiș le Plateau karstique avec les Gorges Rădesei « Cetățile Rădesei », les gorges Someșului Cald, l'Aven V5 gouffre, la prairie Ponor, la fosse de Bârsa, la Grotte Focul Viu, etc.

Cette zone du P.N.A. est la première zone touristique des Monts Apuseni, mais une évolution lente des flux touristiques, en raison des activités restreintes dans la zone de protection du Parc.

Après un lent déclin, la commune Nucet a également connu l'augmentation des arrivées de visiteurs au cours de la période 2010-2012, en raison du nombre constant de touristes (Figure no 92).

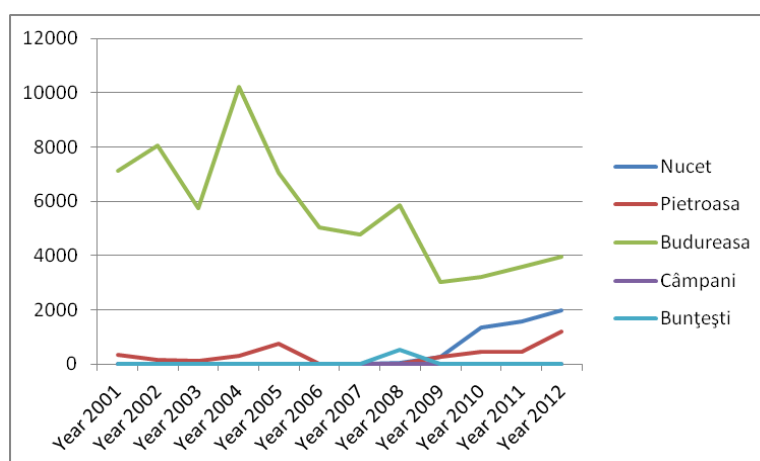


Figure no 92 Le nombre des arrivées de touristes dans les communes situées dans le P.N.A. - Département de Bihor (Source : INS, 2012)

La Figure no 93 révèle que toutes les localités à l'intérieur du P.N.A, à partir de Cluj-Napoca, ont un nombre d'arrivées de touristes qui a diminué en raison de la crise mondiale après 2009. La commune de Beliș enregistre plus de 11.000 des arrivées en 2007-2008 en raison de l'attrait Lac Fântânele (tourisme de loisirs) et les gorges Someșului Cald. La zone de Mărgău est, avec ses attraits touristiques, la Cascade Răchițele (zone protégée), la Grotte Ponor, la Grotte Vârfurașu (monuments naturels spéléologiques) est fort visité.

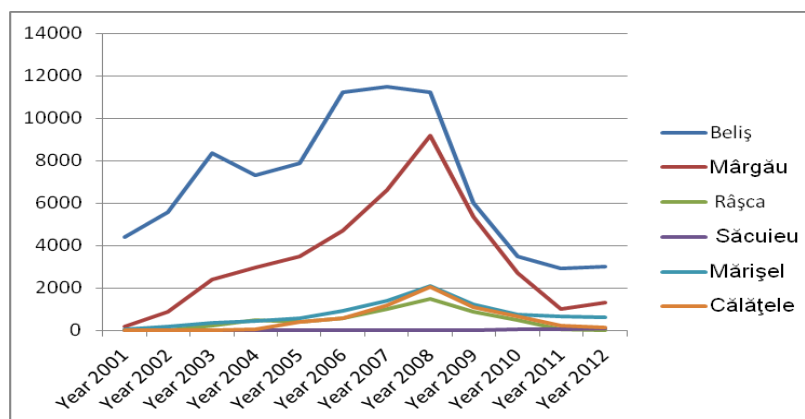


Figure no 93 Le nombre d'arrivées touristiques dans les communes situées dans P.N.A.- Département de Cluj (Source : INS, 2012)

Arieșeni a le taux le plus élevé d'arrivées de touristes. L'infrastructure de transport a un rôle important dans la région, en particulier dans le département de Bihor à Cluj (le Parc peut être traversé par l'une des routes principales passant la périphérie de : Oradea-Huedin-Cluj-Napoca ; Oradea-Beiuș-Deva et Ștei-Câmpeni-Turda.

La plupart de ces communes enregistre un faible nombre de visites. Ceci est largement dû à l'absence d'intérêt des communautés locales pour la qualité et la valeur écologique de la région, le manque d'infrastructures adéquates et d'une gamme diversifiée de services, l'absence de la collaboration et de communication entre les institutions et organisations impliquées, etc. (Chindriș M., 2014b)³⁴. Le sud et l'ouest du parc pourraient transformer la région en une destination attrayante pour les étrangers en conformité avec la législation pour les aires protégées et le plan du Parc.

7.2 Acteurs institutionnels au niveau national

³⁴ Chindriș M., 2014. Aspects regarding the capitalization of the tourist potential of Apuseni Natural Park, Lucrarile Seminarului Geografic "Dimitrie Cantemir" Vol.37, No. 1

Concernant l'organisation et le fonctionnement du Ministère du Tourisme, des Petites et Moyennes Entreprises et des Affaires intérieures, qui fonctionne comme un organisme spécialisé doté avec une personnalité juridique sous l'autorité du Ministère de l'Économie, avec des attributions de coordination au niveau national depuis la loi n° 10.2 de la Décision no. 431 du 26 Juin 2013³⁵, pour la modification et l'achèvement de la décision du Gouvernement no. 47/2013 sur l'organisation et le fonctionnement du Ministère de l'Économie, publié dans le Journal officiel no. 420 du 10 juillet 2013.

L'autorité administrative pour le tourisme a fonctionné depuis l'année 2009 dans le cadre du Ministère du Développement Régional et du Tourisme. Le Ministre d'État a en charge deux secrétaires d'État sous la Direction des Stratégies Politiques pour la Promotion du Tourisme.

Auprès du Ministre du Tourisme fonctionne le Conseil Consultatif du Tourisme, l'Institut National de Recherche et de Développement pour le Tourisme (I.N.C.D.T.), ainsi que des organismes consultatifs qui ont pour rôle de lier les stratégies des secteurs économiques impliqués dans l'activité touristique concernant les secteurs publics et privés. L'organisation institutionnelle est fondée selon la base de la structure administrative territoriale en fonction des différents niveaux.

À l'échelle nationale, l'État et les politiques nationales définissent les orientations concernant le tourisme. L'État doit assurer la réception, le traitement et la diffusion de données, de prévisions relatives au tourisme et de coopérer avec d'autres institutions. L'État a aussi la responsabilité de contrôler les autres acteurs. Il mesure l'activité touristique, fait des prédictions, des programmes d'action nationaux relatifs à la (plan directeur) de la région, qui traite de la promotion du tourisme national.

La Roumanie est un pays d'Europe de l'Est, ancien pays communiste. Même pendant la révolution, la Roumanie était une transition d'état continue (Duncan & Andone, 1996). Suite à la mentalité des années 1950, le tourisme n'a pas été un succès pour le pays. Cependant cette fois, le Ministère du Tourisme a eu une influence politique et Office National du Tourisme, bureau mis en place en 1926, l'État avait une bonne expertise avec les universités (Turnock, 1990). Le tourisme en Roumanie a connu une évolution faible dans les années 1960 à 1970, la partie sud-ouest du pays à la Mer Noire être promue (Turnock 1977 à

³⁵ http://www.minind.ro/minister/HG_431_2013.pdf

Duncan, Andone). Ministère du Tourisme et des Sports a été créé en 1971 (Light & Dumbrava, 1999). En 1989, la situation du pays a changé, de sorte que la Roumanie est entrée dans une période de transition vers une économie de marché. Selon les mêmes auteurs, il a encouragé le tourisme domestique interne et des régions les plus populaires comme : la Transylvanie, Maramures, Bucovine. L'Institut national de la statistique fournit des données à partir de 1990 après l'effondrement de la période communiste. Au cours des années 1990 à 2014, l'administration du tourisme a été rattachée à plusieurs ministères successivement.

Au cours des décennies qui ont suivi, un certain nombre de ministères, comme le ministère de l'Économie, le ministère du Développement régional, l'administration du tourisme a même été placée sous l'autorité d'autres ministères, de sorte qu'il est difficile de dire quand il fut indépendant. Actuellement il fait partie du ministère de l'Économie sous le nom de Département pour les petites et moyennes entreprises de l'environnement et du tourisme. Institutions subordonnées au Ministère de l'Économie et ministre de coordination, les entreprises et le tourisme sont l'autorité nationale pour le tourisme.

L'Autorité nationale du tourisme³⁶ est un établissement public doté d'une personnalité juridique³⁷. L'ANT porte sur le développement du tourisme, la promotion, les plans de développement des infrastructures et coopère avec de nombreux pays du monde pour le tourisme. ANT 2013, avec ses 12 représentants nationaux pour la direction du développement territorial au service de la commercialisation intérieure dans 40 comtés et huit bureaux à l'étranger en Europe, Russie et les États-Unis.

A) Ministère du Tourisme

Au Ministère de l'Économie, le Département des petites et moyennes entreprises, l'Environnement des affaires et du tourisme, l'Autorité Nationale pour le Tourisme (A.N.T.) sont responsables des affaires touristiques (Figure no 94). En 2013, les principaux domaines d'activités de l'A.N.T. inclus la promotion, le développement, l'autorisation et de contrôle des prestataires de services et les relations internationales concernant le tourisme. L'A.N.T. dispose de 12 représentants des territoires qui collaborent avec les administrations locales, le

³⁶ www.imm.gov.ro/43/Institutii-coordonate

³⁷ www.turism.gov.ro

secteur privé et les organismes de tourisme non gouvernemental (ONG). Il y a neuf bureaux de promotion de la Roumanie à l'étranger en tant que destination touristique.

Le Comité Consultatif du Tourisme est l'organisme qui regroupe les représentants des secteurs public et privé, des ONG. En outre, des groupes de travail ont été établis, comme les ressources humaines, le tourisme rural, le tourisme thermal et de l'écotourisme.

Au niveau régional, il y a huit agences régionales de développement constitué comme ONG d'utilité publique. Au niveau local, l'administration publique est organisée en 41 départements ainsi que la municipalité de Bucarest. Il y a six conseils de district à Bucarest, 314 conseils municipaux et 2. 852 conseils communaux locaux. Le rôle des administrations locales est de développer le tourisme sur son territoire et d'aider l'A.N.T. à la mise en œuvre de la politique nationale du tourisme au niveau local.

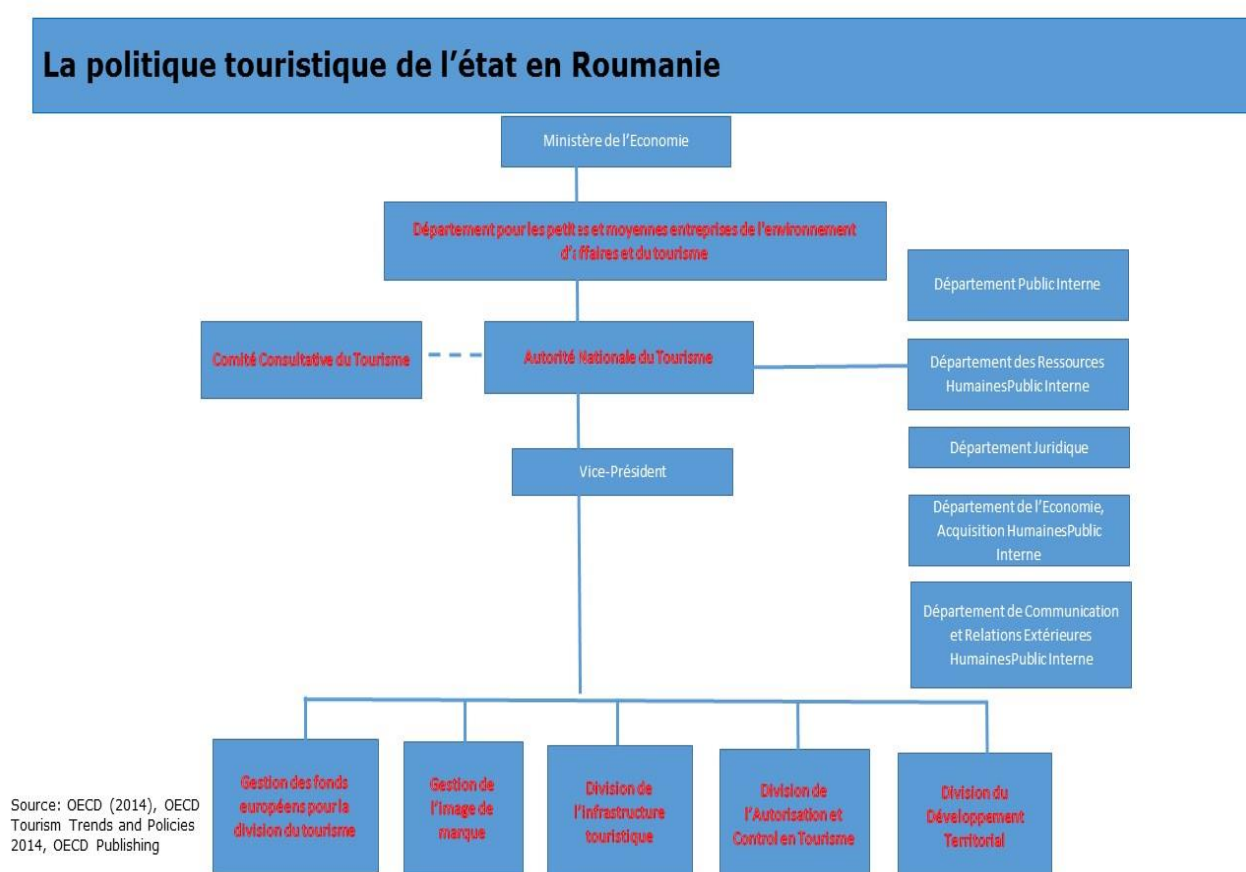


Figure no 94. L'organisation du Ministère du Tourisme, Source: OECD (2014), OECD Tourisme Trends and Policiers 2014, OECD Publishing.

B) ONG nationales

L'Opération Village Roumains représente une coopération internationale qui regroupait des sections nationales et régionales : O.V.R. Belgique, O.V.R. France, O.V.R. Suisse, O.V.R. Pays Bas, O.V.R. Belgique flamande, O.V.R. Angleterre et O.V.R. Roumanie, mais pour une autre cause, avant 1989 ! Maintenant sont encore actifs en Roumanie OVR France, Belgique, Suisse. Et organisent des programmes comme « Delta 60 » tous les 2 ans³⁸.

A.N.A.T. (Autorité Nationale des Agences de Voyage et Tourisme) est une association patronale pour les agences de voyages en Roumanie, qui représente les intérêts professionnels au niveau national et international. L'Association Nationale des Agences de voyages et Tourisme en Roumanie, compte tenu de la Constitution roumaine, de la Loi du dialogue social no. 62/2011 et de l'Ordonnance du Gouvernement no. 26/2000 à propos des associations et des fondations, telle que modifiée par la loi no. 246/2005, est l'entité juridique de droit privé, autonome, apolitique, non gouvernemental, à but non lucratif, professionnel, patronal et de gestion³⁹.

L'Association d'Écotourisme en Roumanie (A.E.R.) est un partenariat pour la conservation de la nature et le tourisme en Roumanie entre les associations de tourisme, organisations non gouvernementales du développement local et la conservation de la nature, ainsi que des agences de voyages. Le concept innovateur promu par A.E.R. est la proposition de réunir les secteurs public et privé dans un partenariat pour la conservation de la nature et du développement du tourisme durable dans le pays. Cette association collabore avec des TO Apuseni Expérience (Oradea), agence de voyages Discover Romania (Braşov).

7.3. Au niveau régional, les régions du développement

Au niveau régional, il y a huit agences régionales de développement (A.R.D.), composés des conseils régionaux de développement établis sur la législation du développement régional et constituées comme ONG publiques. Les Monts d'Apuseni, comme unité administrative, correspondent à trois Agences de Développement Régional : l'Agence Régionale de l'Ouest comprend les départements d'Arad et de Hunedoara, l'Agence Régionale Nord-Ouest comprend les départements de Sălaj, Cluj, Bihor et, l'Agence Régionale du Centre comprend le département d'Alba.

³⁸ www.ovr.ro/OVR%20Romanian.html

³⁹ www.anat.ro/statut-etica

L'activité de l'Agence de Développement Régional est coordonnée par le Conseil de Développement Régional, qui réunit les présidents des conseils généraux et des représentants des villes et communes dans chaque département. À travers cette agence, les autorités locales et départementales, les ONG, les entrepreneurs de la région ont accès à des fonds de l'Union Européenne (U.E.).

Des programmes PHARE,⁴⁰ menés par le Programme Opérationnel Régional pour le financement des investissements dans le secteur productif, l'infrastructure, l'éducation, la santé, le développement local et les petites et moyennes entreprises en tourisme.

Les régions du développement ne présentent pas une unité administrative-territoriale, n'ayant pas une personnalité juridique : c'est le résultat d'un accord libre entre les conseils départementaux et les conseils locaux. Le cadre d'implémentation et d'évaluation de la politique du développement régional représente la région de développement, constituée comme une association volontaire de départements voisins (agence de développement régional)⁴¹.

L'agence de développement régional est une institution non gouvernementale, à but non lucratif et de l'utilité publique. Elle fait partie des instruments et des organismes financiers, régionaux et nationaux décrites dans la Loi no. 315/2004, modifiée par l'ordonnance 111/2004 comme un système national de développement régional. Les agences de développement élaborent et développent, en partenariat avec les acteurs régionaux, une série de documents de planification stratégique afin d'atteindre l'objectif de cohésion économique et sociale.

7.4. Au niveau départemental

Au niveau départemental est subordonné le conseil départemental comme autorité de l'administration publique locale qui fonctionne sur les principes énoncés depuis la loi n° 119-121 de la Constitution roumaine et la loi n° 215/2001.

Au niveau départemental, chaque conseil dispose d'une direction technique subordonnée par un directeur général dans la direction du développement et de

⁴⁰ Le programme PHARE (initialement *Pologne Hongrie Aide à la reconstruction économique*) est l'un des instruments de pré-adhésion financés par l'Union Européenne pour aider les pays candidats d'Europe centrale et orientale dans leurs préparatifs d'adhésion à l'Union Européenne.

⁴¹ www.regiuneavest.ro/

l'investissement en tourisme. Chaque conseil dispose également d'un plan d'action qui intègre le tourisme, en créant des événements, des activités culturelles, sportives, des matériels promotionnels, développement et promotion touristique.

Le rôle des collectivités locales est de développer le tourisme au profit de la mise en œuvre et de la politique nationale du Ministère du Tourisme. Le gouvernement local est composé de 41 départements et la municipalité de Bucarest, avec des conseils locaux aux niveaux municipaux, villes et communes.

Ils ont le rôle de suivre l'activité touristique, de sorte que les opérateurs économiques qui sont dans le secteur du tourisme aient accès aux ressources touristiques, dans le respect de la mise en valeur et de protection 14. En outre, appart les collectivités locales, fonctionnent des associations touristiques établies dans chaque région de développement, départements, villes qui contribuent au développement du territoire (Tableau no 46).

Collectivité locale	Assemblée	Organisme de tourisme
Niveau régional	Conseil régional	Agence de Développement Régional
Niveau départemental	Conseil départemental	Comité Départemental du Tourisme Le service public Salvamont
Niveau local	Conseil local municipal Conseil local pour les communes	Office de Tourisme, Office Municipal de Tourisme Le service public Salvamont
Tableau no 46 Organisation administrative et organisations touristiques territoriales		

7.4.1. Le conseil général

Les Monts Apuseni ont sur le territoire administratif de 6 départements : Alba, Arad, Bihor, Cluj, Hunedoara, Sălaj. Les départements présentent certaines caractéristiques hétérogènes du point de vue économique, politique, d'organisation d'acteurs et touristique. La population est inégalement répartie sur le territoire.

Fonctionnement du conseil général.

Le conseil général est l'autorité de l'administration publique locale, constituée au niveau du département pour coordonner les activités des conseils communaux, des villes et villages (en Roumanie « municipiu »), ayant en charge de réaliser les services publics d'intérêt départemental.

Le conseil général est composé de conseillers départementaux et d'un président élu au suffrage universel, égal, direct, secret et librement exprimé par les citoyens qui votent, en vertu de la loi. Il est organisé et fonctionne selon les principes de la décentralisation : autonomie locale, déconcentration des services publics, éligibilité des autorités de l'administration publique locale, légalité et consultation des citoyens pour résoudre les problèmes locaux d'intérêt particulier.

Les compétences et les attributions du Conseil général sont établies par la loi sous réserve des cas spéciaux et sont exercées par la juridiction territoriale administrative de chaque département. Les domaines d'activité dans lesquels ils peuvent organiser des comités spécialisés, leur nom et le nombre de membres qui est toujours impair, sont déterminés par le conseil du département, par arrêt.

Le conseil général, comme autorité d'administration publique locale, fonctionne sur la base des principes figurant dans l'article 119-121 de la Constitution de la Roumanie et la loi no. 215/2001. La loi de l'administration publique locale publie des modifications et additions ultérieures. Le conseil général approuve l'organigramme, les positions et les règles d'organisation et de fonctionnement de la structure spécialisée du conseil départemental.

Chaque département présente dans le cadre du conseil général une structure spécialisée chargée du fonctionnement de la direction du tourisme, le nom variant d'un conseil à l'autre.

- a) Département d'Alba. Selon le site web www.cjalba.ro, consulté en janvier 2015, le conseil général a 111 employés, dont 5 employés qui s'occupent de la direction d'aménagement du territoire, des investissements, du tourisme, de l'environnement et de la gestion du patrimoine du département.
- b) Département d'Arad. Selon le site web www.cjarad.ro, consulté en janvier 2015, le conseil général a 190 employés, dont cinq employés qui s'occupent de la direction des services publics, du social et du tourisme.

- c) Département de Bihor. Selon le site web www.cjbihor.ro, consulté en janvier 2015, le conseil général a 160 employés, dont quatre employés s'occupent de la direction « protection de l'environnement, tourisme et agriculture.
- d) Département de Cluj. Selon le site web www.cjcluj.ro, consulté en janvier 2015, le conseil général a 110 employés, dont un employé qui s'occupe de la direction du développement et des investissements, dont le service de développement local et régional du tourisme.
- e) Département de Hunedoara. Selon le site web www.cjhunedoara.ro, consulté en janvier 2015, le conseil général a 173 employés, dont 11 employés qui travaillent à la direction des services publics, commerce, tourisme, privatisation, soutien pour les petites et moyennes entreprises (PME).
- f) Département de Sălaj. Selon le site web www.cjsj.ro, consulté en janvier 2015, le conseil général a 60 employés, dont 5 employés s'occupent de la direction « agriculture, services publics, commerce et tourisme ».

7.4.2 La mairie

Fonctionnement d'une mairie

L'autonomie locale est administrative et financière, étant exercée sur la base et dans les limites prévues par la loi. Le conseil local et le maire, étant des autorités gouvernementales locales, ont le droit et le pouvoir de coopérer, de s'associer avec d'autres autorités gouvernementales dans le pays ou à l'étranger, en vertu de la loi. Selon la loi, la commune, la ville ou la municipalité est une personne morale de droit public, avec son propre patrimoine et la pleine capacité juridique.

L'administration publique locale est organisée et fonctionne selon les principes de l'autonomie locale, de la décentralisation des services publics, de l'égalité et de la consultation des citoyens dans la résolution de problèmes locaux. Les autorités locales ont le droit et la capacité de résoudre et de gérer, au nom et dans l'intérêt des communautés locales qu'ils représentent, les affaires publiques, en vertu de la loi.

7.5. Au niveau local

Au niveau de la ville fonctionne un bureau de coordination des activités touristiques pour informer les touristes et la population locale sur les ressources touristiques du territoire. Dans les villes, il existe des centres d'information touristique, qui jouent un rôle intermédiaire pour les touristes, mais également entre les acteurs et les lieux touristiques.

S'activent les G.A.L. (Groupe d'Action Locale), ONG, TO (tour-opérateur), les bases d'hébergement ou des autres acteurs animateurs pour le territoire et les centres de recherche universitaires.

7.5.1 Le Groupe d'Action Local

G.A.L. est un partenariat public-privé. « L'implémentation de l'axe LEADER » du programme national de développement rural 2007-2013, concrétise par une association en conformité avec l'Ordonnance du Gouvernement no. 26/2000 sur les associations et les fondations. Le partenariat est composé de différents acteurs publics et privés.

Au niveau de la prise des décisions, les partenaires économiques, sociaux et d'autres représentants de la société civile représentent plus de 50% du partenariat local. En outre, les organisations des villes ont également la responsabilité des zones rurales adjacentes, les conseils généraux, les préfectures et les entreprises économiques ayant leur siège social sur le territoire du G.A.L. Tous ensemble peuvent être partenaires dans le cadre du G.A.L. et ils n'auront pas une part plus de 25% dans la prise de décision.

Une série des mesures au plan local ont été réalisées par le G.A.L. (Groupe d'Action Locale) en tourisme, développement économique et compétitivité territoriale etc. Sur la superficie des Monts Apuseni on y trouve plusieurs G.A.L. comme on annoncé ci-dessous :

- a) Département d'Alba. G.A.L. 2012 Monts Metallifères, Trascău et Grand Mont « en roumain Muntele Mare » qui couvre les localités Ighiu, Cricău, Galda de Jos, Stremț, Întregalde, Mogoș, Ponor, Râmeț, Baia de Arieș, Lupșa, Sălciua, Livezile, Mirăslău, Unirea, Rimetea, Poșaga, Ocoliș dans le département d'Alba, Băișoara dans le département de Cluj⁴².

En conformité avec la stratégie du partenariat du 2014⁴³, il est formé des 19 acteurs de l'administration publique, 24 acteurs du secteur privé et 14 de la société civile.

⁴² <http://www.galmmmtmm.ro/plan-dezvoltare-locala.html>

⁴³ http://www.galmmmtmm.ro/docs/pdl/2014.10/7.PARTEA_5_PARTENERIATUL.pdf

G.A.L. 2011 Zone de la Vallée Ampoi et Mureș couvrant les localités Zlatna (ville), Meteș, Almașu Mare, Ceru Băcăinți, Vințu de Jos, Blandiana, Șibot, Săliște, Pianu de Sus, Săscior. Le partenariat a dans la composition 11 administrations publiques et 7 ONG.

b) Département d'Arad. G.A.L. 2011 Vallée supérieure du Blanc Criș, « Crișul Alb » couvrant les localités Chișindia, Buteni, Barsa, Bocșig, Sebiș, Dieci, Dezna, Almaș, Gurahonț, Brazii, Pleșcuța, Vârfurile, Hălmăgel, Halmagiu dans le département d'Arad et Criștiorul de Jos dans le département de Bihor. Le partenariat collabore avec 17 administrations publiques, 31 acteurs privés et 11 ONG⁴⁴.

c) Département de Bihor. G.A.L. 2012 « Muntele Șes » Bihor couvrant Suplacu de Barcău, Popești, Derna, Spinuș dans le département de Bihor. Le partenariat collabore avec 4 administrations publiques et 7 ONG.

G.A.L. 2012 « Porte de Transylvanie », en Roumain « Poarta Transilvaniei » couvre des localités de trois départements différents : Cluj, Sălaj et Bihor ainsi, Almașu, Cizer, Fildu de Jos, Sîg (département de Sălaj), Bulz (département de Bihor) et Ciucea, Negreni (département de Cluj).

Le partenariat est composé par 7 administrations publiques, 15 du secteur privé et 7 de la société civile. On y retrouve le G.A.L. 2011 Vallée supérieure du Blanc Criș, « Crișul Alb » du département d'Arad.

G.A.L. 2012 Vallée Crasnei et Barcăului couvre les localités du département de Bihor (Balc) et le département de Sălaj : Sărmășag, Bobota, Cehal, Boianu Mare, Viișoara ; Plopiș, Hălmașd, Ip, Suplacu de Barcău, Abram, Hereclean, Bocșa, Buciumi, Agrij, Treznea et la ville de Zalău, Horoatu Crasnei, Bănișor, Șag, Borod. Le partenariat est composé des 11 administrations publiques, 15 acteurs privés et 8 ONG.

d) Département de Cluj. Dans notre recherche nous avons trouvé que le projet pour G.A.L. 2012 Porte d'Apuseni et G.A.L. 2012 Monts Vlădeasa - Piatra Craiului n'ont pas abouti pour la constitution du GAL.

e) Département Hunedoara. G.A.L. 2011 « Pays Zarandului » compose par les localités : Tomești, Vața de Jos, Vălișoara, Ribița, Luncoiu de Jos, Crișcior, Certej, Bulzeștii de Sus,

⁴⁴ http://gal-vsc.ro/nou/?page_id=23

Bucuresci, Buceș, Blăjeni, Băița et Baia de Criș. Le partenariat collabore avec 13 administrations publiques, 19 ONG, 14 entreprises privées et 8 personnes particulières.

G.A.L. 2011 Vallée Ampoi et Mureș compose par les localités : Zlatna (ville), Almașu Mare, Blandiana, Ceru Băcăinți, Meteș, Pianu, Romos, Săliște, Săsciori, Șibot, Vințu de Jos. Le partenariat collabore avec 10 administrations publiques et 22 acteurs du secteur privé.

G.A.L. 2012 Sargetia qui couvre les départements d'Arad et Hunedoara. Les communes qui font partie du G.A.L. et qui sont sur le territoire des Monts Apuseni sont : Branișca, Geoagiu, Gurasada, Rapoțu Mare, Vorța et Zam.

f) Département Sălaj. Dans ce département on y retrouve les G.A.L. 2012 "Porte de Transylvanie" et G.A.L. 2012 Vallée Crasnei et Barcăului du département de Bihor.

Nous avons trouvé que plusieurs GAL n'ont pas été éligibles pour la constitution d'un partenariat public-privé comme GAL Pays de Moti Alba-Bihor (départements Alba et Bihor), G.A.L. "Crișul Repede" (départements Bihor et Sălaj), G.A.L. Porte d'Apuseni (département de Cluj), G.A.L. Vlădeasa-Piatra Craiului (département de Cluj)⁴⁵ (Figure no 95).

⁴⁵ http://old.madr.ro/pages/dezvoltare_rurala/gal/Anexa-3-Lista-Grupurilor-de-Actiune-Locala-neeligibile-sesiunea-2012.pdf

Les Groupes d'Action Locale en Apuseni

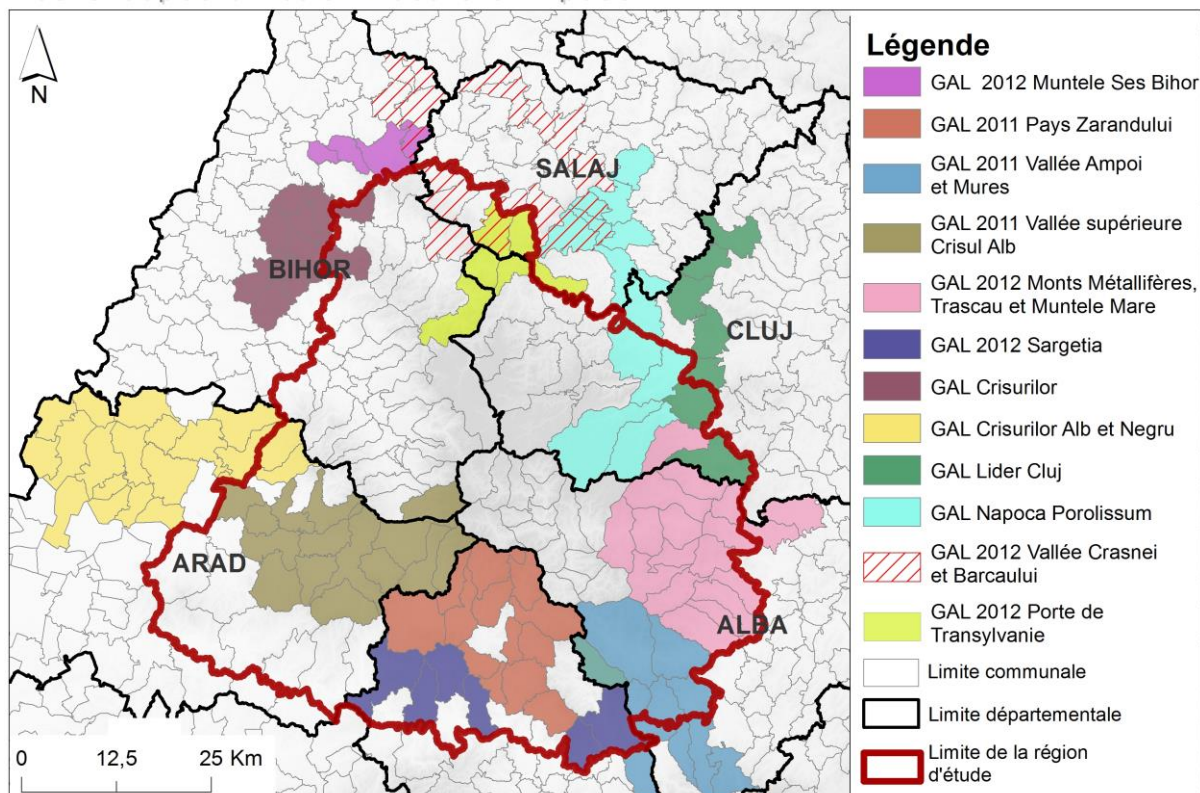


Figure no 95 Les Groupes d'Action Locale en Apuseni

7.5.3. La société civile

La société civile / les ONG.

Le secteur du tourisme associatif complète le rôle des pouvoirs publics et des partenariats sociaux, en contribuant à la maintenance, comme support du développement du tourisme local. Ils sont autonomes dans leurs actions en matière de gestion et de développement tout en respectant en grande partie le plan de développement du tourisme local.

Au niveau local dans le territoire des Monts Apuseni il existe des ONG qui s'activent surtout à Oradea, Cluj-Napoca, et qui ont des projets pour le développement du tourisme (aménagement des caves, circuit touristique). Des acteurs privés (bases d'hébergement, etc.) ont aussi certaines stratégies comme proposer des documents touristiques, des dépliants avec des circuits réalisés pour les touristes.

Dans ce sens agit maintenant O.V.R. (Opération Villages Roumains), et c'est le rôle de l'A.N.T.R.E.C. (Association Nationale du Tourisme Rural Ecologique et Culturel), Association d'Écotourisme en Roumanie etc.

ONG locales

Dans ce sous-chapitre sont présentes en général toutes les organisations qui ont comme domaine d'activité le tourisme (tourisme rural, écologique, culturel), la protection de l'environnement, la spéléologie, qui ont comme territoire ciblé les Monts Apuseni dans les départements d'Arad, Alba, Bihor Cluj, Hunedoara et Sălaj.

Le but de ces organisations est de mener des activités sur l'éducation environnementale, l'écotourisme, des activités sportives à la montagne, de balisage, pour la conservation de la biodiversité, paysagère et l'environnement architectural, l'agriculture biologique, la promotion de la diversité culturelle et traditionnelle, etc.

Suite à notre recherche, nous pouvons mentionner la présence de : 12 organisations dans le département d'Arad, 5 organisations à Alba, à Bihor 13 organisations, 34 organisations dans le département de Cluj, 6 organisations à Hunedoara et une organisation à Sălaj.

Dans la figure ci-dessous (Figure no 96), nous pouvons remarquer le nombre d'organisations administratives dans le territoire des Monts Apuseni en fonction de leur domaine d'activité.

La région Apuseni : la distribution spatiale des ONG

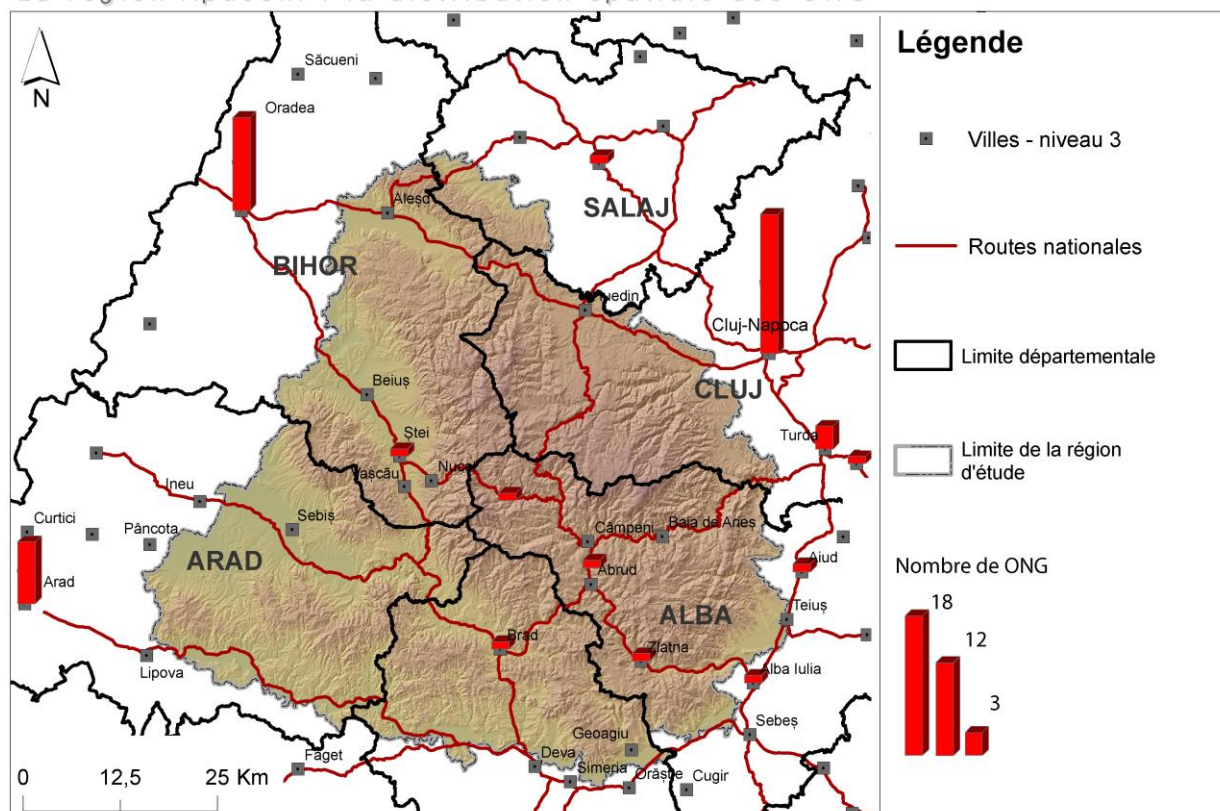


Figure no 96 La distribution spatiale des ONG

a) ONG du département d'Alba.

Dans la ville de Zlatna est active l'Association du Tourisme et Ecologie TRASCAU CORP. Les projets les plus représentatifs de cette association sont : la conservation de la biodiversité dans la zone protégée de la jonquille à Negrileasa, en impliquant la communauté locale du voisinage, avec un budget de 4039,87 Ron (897 euros), un autre projet a consisté dans la réalisation, avec des fonds propres, du refuge Săruni des Monts Trascau, le seul refuge dans ces Monts. L'investissement était de 28.000 Ron (6220 euros).

Les activités de l'Association sont menées dans deux directions principales : le tourisme de montagne et de protection de l'environnement, qui concerne sept zones protégées. L'association a été créée en 2001. Le nombre estimatif de projets mis en œuvre est 11. Actuellement l'association compte 82 membres, dont 25 actifs, est membre de la Fédération Roumaine de Spéléologie et fait partie des membres fondateurs de la Coalition nationale pour les aires protégées.

Trascău CORP collabore avec les ONG : Centre de l'Écologie et du Tourisme Albamont Alba Iulia, l'Association Echos Verts, le Centre du Cyclotourisme Napoca de Cluj-Napoca,

l'Association Kogaion Orăștie, ATM Gorges Cibului, Polaris Mediaș etc. Trascău CORP collabore également avec SP Salvamont Alba, les municipalités locales et départementales : le Conseil Général Alba, la mairie de la ville Zlatna, les mairies de Meteș, Bucium, Almașu Mare, etc.

Le Président Adrian Puiușeț déclare : « La collaboration avec ces administrations est un peu lourde, mais efficace, dans la mesure où le maire et les conseils locaux comprennent l'importance de la protection de l'environnement et les principes de développement durable du tourisme ». Lui affirme qu'il existe des problèmes face au développement du tourisme dans l'Apuseni et que des solutions urgentes devraient être prioritaires : « L'infrastructure est en baisse, les routes d'accès dans les Monts Apuseni sont extrêmement endommagées. (...) Il manque un minimum d'infrastructure touristique et une conception unitaire et professionnelle au niveau de l'administration locale, la ressource humaine est mal préparée, sans qualification, sans expérience (...), la législation est très ambiguë, (...) dans ces circonstances nous nous ne pouvons pas parler de projets de développement ».

À Alba-Iulia c'est le Centre d'Ecologie et Tourisme Albamont, association non gouvernementale, personne juridique de droit privé, qui est actif pour le tourisme. Il est l'une des associations de tourisme les plus importantes dans ce département. L'association compte plus de 25 grands projets avec des budgets importants pour le territoire des Monts Apuseni.

Le plus important projet est la Gestion efficace des aires protégées dans les Monts Apuseni, département d'Alba, avec un budget de 500.000 euros, suivie par le projet Formation et développement durable dans les zones minières avec un budget de 79 500€, etc. C.E.T. Albamont a une activité de 35 ans comme club alpin, mais à partir de 1994, quand il s'organise comme ONG avec personnalité juridique, dont le but est le développement durable de la communauté des zones de montagne, son activité s'est étendue à d'autres domaines liés au tourisme. Il a plus de 30 membres actifs.

C.E.T. Albamont est membre fondateur de la Coalition nationale pour les aires protégées (CNAP) et du Groupe d'Action Locale Monts Metaliferi, Trascău et Muntele Mare (G.A.L. MMTMM). À présent l'association a 24 membres, un directeur, un président et un consultant financier. Ils collaborent très bien avec l'université « 1 Decembrie 1918 » à Alba Iulia, ATE Trascău Corp Zlatna et le Club Alpin Apuseni à Cluj Napoca, avec les administrations publiques du département d'Alba, du département de Cluj, et avec les villes Zlatna, Aiud, les communes Meteș, Ighiu, Miraslău, Întregalde, Mogoș, Bucium, etc.

Le Président Anghel Draşovean déclare : « la priorité pour le tourisme dans les Monts Apuseni ça serait sa focalisation sur le maintien du potentiel naturel et culturel, qui représente la principale attraction de la région et non pas sur le développement lui-même. Même actuellement il est encore nécessaire de veiller à la formation des acteurs locaux. La communauté aurait le plus à gagner à long terme en pratiquant un tourisme responsable ».

L'Association Alburnus Maior est une ONG basée à Roşia Montană, département d'Alba. Elle représente les intérêts des habitants de Roşia Montană et Bucium qui s'opposent au projet Roşia Montană et qui refusent d'aliéner les propriétés pour faire place au projet minier proposé par Roşia Montană Gold Corporation (le projet).

Le projet proposé utilise le cyanure et vise à être la plus grande exploitation minière de surface en Europe. L'association a des projets pour sauver et promouvoir le patrimoine – l'action est mise en œuvre en partenariat avec des organisations de même profil dans le pays et à l'étranger. Ils ont lancé la documentation pour l'inclusion dans le Patrimoine UNESCO de Roşia Montană et dans le journal gratuit « les Apuseni Libre ». Un autre projet est appelé le Festival FânFest - festival pour promouvoir Roşia Montană basé uniquement sur le volontariat. L'association a été créée en 2002. Elle a mis en œuvre chaque année environ 4 à 5 projets, grâce à 50 membres et des centaines de bénévoles dans le monde entier. Aucune collaboration avec les autorités locales, ils ne supportent pas les activités de l'association. Sorana Zăinescu, chef de projet affirme que : « Les autorités font des actes de corruption, illégales, émises en faveur de la société minière. Habituellement, nous nous ne voyons qu'au tribunal ».

Dans ce département nous pouvons énumérer les associations C.T.S.E. "Acropolis" d'Aiud, Association de spéléologie SFINX Gârda de Sus, etc. qui activent dans le domaine du tourisme dans le département d'Alba.

- b) ONG du département d'Arad. L'association Codrenii Văşoia de la ville d'Arad a conduit des projets pour le balisage touristique dans les Monts Codru Moma ou des projets d'écologie dans les zones de tourisme et de loisirs dans les Monts Zărand Zărandului (commune Bârzava, Văşoia, Valea Mureşului, Chişindia dans la Vallée Crişului, etc.). Codrenii Văşoia a été fondée en 2006 et a 27 membres. Le domaine d'activité est la protection de l'environnement. Le président Mera Eugen a déclaré que l'association collaborait avec Conduirii Arad, le Club de Touristes Alpin Arad, Paem Arad, le Club d'écotourisme, Arad, etc.

Le Club de Touristes Alpin Arad a été fondé en 1990. Il compte actuellement 80 membres et son domaine d'activité est le tourisme et la protection de l'environnement. Les projets mis en œuvre par eux : l'aménagement touristique de la ville Dezna, des actions de planification de l'entretien des sentiers et circuits de balisage, l'organisation et la tenue de compétitions sur des thèmes de montagne, la réalisation de documents promotionnels spécifiques (publications, brochures, cartes), etc. L'association collabore avec le Conseil Général d'Arad, la direction départementale de la jeunesse, le Club Alpin Roumain, et d'autres associations nationales et internationales.

L'association Condor Club d'Arad a été fondée en 1997 et a 42 membres. Les projets en cours de déroulement : l'entretien de l'infrastructure de l'écotourisme dans les Monts Codru Moma et Găina, la gestion de l'aire protégée « le site fossilifère de Zăbaț », l'organisation de concours et projets d'orientation alpine, et des projets futurs : la reconstruction des infrastructures écotouristiques dans les Monts Zarand. Condor Club a des projets transfrontaliers avec les villes Szeged et Gyula en Hongrie.

Condor Club a établi de solides partenariats avec : le service d'inspection scolaire du conseil général d'Arad, le Centre culturel d'Arad, le lycée d'Art "Sabin Drăgoi" Arad, le Club de Touristes Alpin Arad, l'Etoile du Nord Arad et Speowest Arad.

L'association le Pays Iancului a été fondée en 2004 et compte 10 membres actifs. Les projets en cours de déroulement sont : la création d'un musée populaire dans le village Roșia (commune Dieci), le soutien du développement des activités touristiques et artisanales dans la région, l'édition de monographies ; aussi des actions pour préserver les traditions et les coutumes du Pays Moți. Un projet qui est destiné à être mis en œuvre à l'avenir est la création de bibliothèques dans les localités des Monts Apuseni. Le domaine d'activité de Pays Iancului est la culture traditionnelle des Monts Apuseni.

Le Centre Ecologique Arad a été créé en 1996. Avec 20 membres actifs, dont le domaine d'action est la protection de l'environnement. Aussi divers projets sur le territoire des Monts Apuseni dans le département d'Arad : des camps d'éducation environnementale à Vârtop en 1996, des stages d'initiation en spéléologie et à la protection de l'environnement karstique à Moneasa en 1996, 1997, 1998. Ils ont eu des collaborations avec de petites municipalités et des associations comme Condor Club, Speo Ouest, l'Explorateur Arad, mais rien les 5 dernières années.

Le Club de Spéléologie « Liliacul » a été fondé en 2006 et est affilié à la Fédération Roumaine de Spéléologie F.R.S., l'Union Internationale de Spéléologie, à la Fédération Européenne de Spéléologie, à la Fédération Spéléologique des Balkans. Le Club a eu une activité importante dans le domaine de la spéléologie à Arad, mais n'a plus d'activité.

L'Association Speowest a été créée en 1995 et compte actuellement 30 membres. Leur projet vise d'explorer, d'inventorier, de protéger et de faire visiter les phénomènes karstiques, la systématisation des grottes de la région Moneasa et plateau Vașcău, etc. Ils ont des collaborations avec la Fédération Roumaine de Spéléologie, le Club de Spéléologie "Liliacul", etc.

L'Association les Traîneurs de Zarand « Hoinarii Zărandului » a été créée en 2003 avec un total de 40 membres actifs. Ils ont comme actions : promouvoir le tourisme de montagne et l'agrotourisme dans la région des Monts Zărand, promouvoir le cyclotourisme, l'organisation de randonnées, le réaménagement des sentiers pédestres, la protection de l'environnement, etc.

Dans cet esprit sont présentes d'autres associations : l'Etoile du Nord Arad, Association Altitudes, l'Association de Cyclotourisme Ciclemania - Le Club de Touristes Alpin Arad, l'Association d'alpinisme et d'escalade Phoenix, l'Association « venez avec nous » Arad, qui est une des plus anciennes associations à Arad (1985).

c) ONG du département de Bihor.

ECOTOP Oradea est la première organisation environnementale créée en 1991 dans le département de Bihor avec 20 membres actifs au niveau régional. Les membres de l'organisation ont participé à la création du Parc Naturel Apuseni, étant fondateurs du Centre régional pour le sondage écologique des Monts Apuseni. ECOTOP est membre de la Coalition Natura 2000 en Roumanie, de l'Association de l'Écotourisme en Roumanie (A.E.R.), du Centre régional pour le sondage écologique (C.R.S.E.), etc.

Durant la période 2007-2013 ECOTOP a menée 12 projets. En 2008 ECOTOP déroule le projet « Pădurea Craiului - Nature et Communauté » pour une valeur de 26.220 lei (596 euro), le projet de gestion des aires protégées - Grotte Gălășeni dans les Monts Craiului - valeur de 38.000 lei (864 euro). L'organisation collabore avec la municipalité d'Oradea, et avec l'association Albamont, etc.

À Oradea, est actif le Centre pour les Aires Protégées et le Développement Durable (C.A.P.D.D. Bihor), organisation non gouvernementale, fondée en 2001, après le projet LIFE 99 ENV/RO/006764 "Actions combinées pour la valorification du patrimoine naturel des Monts Apuseni" (financé par la Commission Européenne). C.A.P.D.D. Bihor est membre du réseau Natura 2000 en Roumanie, de l'Association de l'écotourisme en Roumanie (AER), du Conseil consultatif du Parc Naturel Apuseni auprès de l'administration, de la Fédération Roumaine de Spéléologie et partenaire du réseau de partenaires « Leave No Trace » aux États-Unis.

L'organisation dispose de 9 employés pour la mise en œuvre des projets : conservation de la nature, des habitats et des espèces protégées, des zones naturelles, de l'écologie, du tourisme responsable et de l'écotourisme, de la gestion de projet, de la mise en réseau.

L'organisation collabore avec 18 maires dans le territoire du site Natura 2000, ECOTOP Oradea, la Fédération Roumaine de Spéléologie, l'administration du Parc Naturel Apuseni, le Conseil Général du Bihor, etc. Un important projet du Centre était « La grotte Meziad, une grotte pour la nature et les gens ».

L'Association pour le Développement Durable et la Promotion du Tourisme Bihor (ADDePT) a été fondée en 2011 avec 5 membres actifs. Dans la période 2012-2014, l'association a mis en place quatre projets, dont deux pour une documentation de promotion du tourisme, imprimés et édités (brochures, dépliants, un numéro de la revue VisitBihor, la restauration du site web www.visitbihor.ro), projet avec 10.568 lei (240 euro), un voyage d'études sur la nature, la culture et les traditions de la commune Roșia en valeur de 4000 lei (910 euros), etc. L'association mène une très bonne coopération avec le Conseil Général du département de Bihor.

Dans le domaine de la spéléologie en Bihor sont actifs : le Spéléo Cristal Oradea, le Club "Z" de Spéléologie Oradea, le Club de Spéléologie Oradea Crisis, le Corps Roumain Salvaspeo, l'Association de Secours Alpin Bihor, le Club de Spéléologie Speodava Ștei, le Club Roumain alpin - Section Oradea.

Dans l'organisation du trekking et alpinisme, l'association C.A.S.S.I.O. MONTANA Oradea opère dans la zone Vadu Crișului et Șuncuiuș, l'Association géographique "Simion Mehedinți" Oradea et le Centre régional pour la surveillance écologique Bihor sur le territoire de Monts Pădurea Craiului.

- d) ONG du département de Cluj. L'Association du Tourisme Sportif Civique et Ecologique le Club de Cyclotourisme "Napoca" (C.C.N.) a été fondée en 1992 et compte 52 membres actifs, 200 bénévoles, étant membre de la Fédération internationale des cyclistes. L'association facilite la collaboration entre les trois départements (Cluj, Bihor, Alba), avec l'administration du Parc Naturel Apuseni dans le département de Bihor, et les administrations locales concernant les limites du parc.

La collaboration avec d'autres associations de même profil réside dans des plans communs ou des parties de conciliation, le réaménagement des sentiers pédestres, l'organisation de compétitions de cyclotourisme ou de camps de jeunes, la réalisation des cartes pour les cyclistes pour le Nord-Ouest des Monts Apuseni, etc. C.N.N. L'association a établi des partenariats avec les clubs alpins et les maires dans les trois départements, avec les agences de voyages à Cluj-Napoca comme Green Mountain Holiday ou Travel Cluj qui font la promotion des Monts Apuseni.

Les éléments de réussite de l'association sont les projets « Cheile Turzii » – pour une valeur de 30 mille dollars- le marquage des sentiers touristiques à Băișoara - valeur de 25 mille dollars- des projets d'aménagement touristiques dans les communes Mărișel, Beliș, etc.

La Fondation Potaissa - de l'Écologie et du Tourisme, Durable et Responsable est une association fondée en 1998. Potaissa a mis en place trois programmes : juniors Rangers « Potaissa », programme éducatif pour les jeunes de Turda et alentours, TurdaTurism.ro est un programme coordonné de Potaissa pour le développement d'un tourisme responsable, et Turdeni.ro est un programme avec des nouvelles sur les activités, les événements et les sports de montagne dans la région.

L'association a mené 25 projets à travers l'organisation de camps ou compétitions, dont l'organisation des camps ou des concours touristiques, l'aménagement de sentiers de randonnées ou de balisage dans le Massif Muntele Mare, les Gorge Turzii et Tureni, etc. Potaissa collabore avec des associations dans le domaine de la protection de l'environnement et du tourisme : le Club de Cyclotourisme "Napoca", le Club d'écologie Transylvanie, Albamont, Ecotop, Amis de la Terre "Galați", l'Association Edelweiss Cluj, Apuseni Mountain Club, etc.

Le Club d'Écologie Transylvanie Cluj-Napoca a été créé en 1992 et compte 21 membres actifs. C.E.T. a organisé sous le slogan « S.O.S. Apuseni », des camps des volontaires, des conférences locales et régionales, le développement des itinéraires

touristiques, etc. C.E.T. est impliqué dans le développement de stratégies de développement local et aussi de l'élaboration du plan de la gestion du Parc Naturel Apuseni.

Un important projet du C.E.T. était « Opportunités d'emploi dans le contexte du développement durable des Monts Apuseni » pour une valeur de 5.520.504.54 lei (euro). C.E.T. a mené plusieurs programmes comme Padiş - programme de protection de l'habitat karstique, le programme « J'aime Apuseni » sous l'égide lequel C.E.T. fournit des publications ou documents promotionnels, des camps pour promouvoir les attraits touristiques de Padiş, etc.

L'Association « Club Alpin Apuseni » a été fondée en 1997 à Cluj-Napoca et dispose de 50 membres inscrits. Ils ont un partenariat avec la Faculté des sciences de l'environnement de Cluj-Napoca (U.B.B.), sont membres de la coalition d'ONG environnementales "ECO CLUJ" et de la Société nationale de spéléologie.

Elle collabore également avec l'Association de Tourisme et de la jeunesse Adeona, l'Association Monde Vert Cluj-Napoca, l'Association Vert Echos Cluj-Napoca, le Club d'Écologie et Tourisme Alpin Transylvanie, le Club d'Écologie et Tourisme Alpin Albamont Alba-Iulia, etc. L'association a mené 16 projets au cours des années 2000-2013 sur le territoire des Monts Trascău, les gorges Râmeţ. Un exemple de projet est la reconnaissance des valeurs historiques du Pays de Moţi (budget 9,500€.)

L'Association Vert Echos « Ecouri Verzi » Cluj-Napoca a été fondée en 2007, son domaine d'intervention est la protection de l'environnement et la promotion du tourisme en Transylvanie. Ses projets sont liés aux randonnées, à la restauration des sentiers de montagne, à la conservation de la biodiversité, à l'écologie et à l'éducation de la jeunesse, etc.

L'Association des Alpinistes Pajura Turda a été fondée en 1990 et compte 20 membres actifs. Pajura Turda mène des activités dans la ville, son domaine d'intérêt est le tourisme. Les membres organisent des randonnées ou des camps d'escalade.

L'Association de Tourisme ADEONA est fondée en 2006 à Cluj-Napoca. Elle fonctionne comme une société de droit privé avec 10 employés, et en été, avec 20 employés. ADEONA organise des camps pour les enfants, des voyages dans les emplacements en Monts Apuseni, dans le village Sălciua (département d'Alba). Elle fonctionne très bien avec le Club Alpin Apuseni. Ils n'ont pas de collaboration avec les maires ou d'autres administrations publiques.

Dans la spéléologie sont présents : le Club des Spéléologues amateurs de Cluj, le Club Cluj de Spéléologie « Politehnica» Cluj, le Club de Spéléologie Omega Cluj, l'Association de Spéléologie « les Ours de Cluj », le Club Piatra Altarului Cluj, le Club de Spéléologie « Omega », Association Spéléologique « Focul Viu ».

Dans le domaine de l'environnement et de l'écologie s'activent la section Universitaire Cluj pour le Club Alpin Roumain, l'Association « Kodiak » Cluj-Napoca, le Club Roumain Alpin - section Cluj-Napoca, l'Association d'Alpinisme « Carpates 29» Cluj-Napoca, le Club du Tourisme et de l'Écologie « Sequoia » Cluj-Napoca, l'Association d'alpinistes Pajura Turda, le Club du Tourisme Alpin Aripa de Argint « Ailes d'argent » Câmpia Turzii, l'Association Vert Transylvanie.

- e) ONG du département de Hunedoara. L'Association Alpine Speleo Zarand Brad a été fondée en 2008. Son domaine d'activité est la spéléologie, elle compte 12 membres. Ses intérêts sont l'exploration, la recherche et la protection du karst dans les Monts Métallifères et Zarand.

SpeleoZarand collabore avec diverses ONG : le Club « Pierre Rouge » Petroșani, le Club Cepromin Cluj-Napoca, Speodava Ștei, le Club Proteus Hunedoara, l'Association Spéléologique Speowest Arad, etc.

L'Association Proteus Hunedoara a été fondée en 1977 et a acquis la personnalité juridique en 1996. L'activité du Club est réalisée dans deux directions : l'exploration et la recherche ; l'éducation et la protection de l'environnement karstique (Monts Métallifères et Trascău).

Le Club des Sports des Monts Hunedoara est affilié à la Fédération Roumaine de Spéléologie et fonctionne depuis 2003 avec 31 membres actifs. Le domaine d'activité est la spéléologie, et certaines activités se réfèrent aux Monts Métallifères, qui font partie des Monts Apuseni. Leur territoire d'activité va au-delà de la limite sud des Monts Apuseni.

En spéléologie est aussi actif le Club de Spéléologie Rhinolophus Lupeni qui a été créé en 2006 et compte 25 membres actifs. Dans le tourisme est présente l'Association de Tourisme Alpin Kogaion Orăștie.

- f) ONG du département de Sălaj.

Le seul club actif dans ce département est le Club de Tourisme Alpin Someșul Sălaj qui a été fondé en 2008. Son domaine d'activité est l'organisation de compétitions, de sorties à la montagne, d'actions environnementales et des expéditions internationales (Bulgarie, Allemagne, Autriche, France). Actuellement, l'association compte 40 membres actifs et plus de 100 bénévoles, son siège est à Cluj-Napoca. L'association n'a pas mis en œuvre de projets, car ses actions sont réalisées seulement sur ses fonds propres.

Tableau no 47 Informations sur la société civile d'Apuseni

Département	No. cr.	Nom de l'ONG	Date de parution	Membres actifs	Nombre de projets conduits
Alba	1.	Assoc. du Tourisme et Écologie Trascău	2001	82	11
	2.	CET Albamont	1994	30	25
	3.	Assoc. Roșia Montană	2002	50	52
	1.	Codrenii Vășoiaia	2006	27	2
	2.	Club des Touristes Alpin	1990	80	10
	3.	Assoc. Condor Arad	1997	42	4
	4.	Assoc. Ecotourisme Arad	1996	20	5
	5.	Club de Spéléologie Liliacul	2006	-	-
	6.	Assoc. Speowest Arad	1995	30	5
	7.	Assoc. Hoinarii Zarandului	2003	40	3
	8.	Assoc. Pays Iancului	2004	10	3
Bihor	1.	Ecotop Oradea	1991	20	12

	2.	CAPDD Bihor	2001	9 (employés)	10
	3.	ADDePT Bihor	2001	5	4
Cluj	1.	CNN Cluj	1992	52	10
	2.	Fondation Potaissa	1998	20	25
	3.	CET Cluj-Napoca	1992	21	10
	4.	Club Alpin Apuseni	1997	50	16
	5.	Assoc. Ecouri Verzi	2007	10	5
	6.	Club des Alpinistes Turda	1990	20	5
	7.	Assoc. Adeona	2006	10 (employés)	5
Hunedoara	1.	Assoc. Spéléologie Zarand	2008	12	3
	2.	Assoc. Proteus Hunedoara	1997	-	-
	3.	Club des Sports des Monts Hunedoara	2003	31	-
	4.	Club de Spéléologie Lupeni	2006	25	-
Sălaj	1.	Club de Tourisme Alpin Somesul Sălaj	2008	40	-

7.5.3. La communauté scientifique

La communauté scientifique / chercheurs.

Les ressources humaines impliquées dans le tourisme ont une mauvaise formation, mais certains groupes au sein de l'Université Babeş Bolyai de Cluj-Napoca, l'Université d'Oradea et l'Université « 1 Décembre 1918 » de Alba Iulia, montre l'intérêt de la

planification du développement du tourisme, l'implication dans la réalisation documents de stratégie ou la participation à la recherche à diverses réunions avec les acteurs du tourisme. D'une part il y a quelques universités, comme Centre Universitaire de l'Université Babeş Bolyai de Cluj-Napoca, Oradea et Bucarest.

En outre peut interférer aussi le Centre de Spéléologie Emil Racoviță de Cluj-Napoca. Il y a plusieurs musées tels que le Musée de la Transylvanie à Cluj-Napoca ou des communes avec la tradition du Pays de Moți qui activent dans cette catégorie.

La recherche scientifique intervient dans l'ensemble du système des acteurs en particulier au stade de développement du tourisme. Après Crozier (1977) dans le système d'acteurs dans la sociologie des organisations, le chercheur est impliqué dans ce sens.

7.6. Les acteurs institutionnels du tourisme

7.6.1. Les centres d'information et de promotion du tourisme (C.I.T.)

Les centres nationaux d'information et de promotion du tourisme, selon la loi no. 387/2007 sur l'organisation et le fonctionnement du Ministère des Petites et Moyennes Entreprises, du Commerce, du Tourisme et des Professions Libérales, les centres nationaux d'information et de promotion du tourisme sont accrédités par le décret 1096 en 2008.

Leurs attributions sont les suivantes : informer les touristes sur l'offre touristique, fournir le matériel d'information, coopérer avec les institutions locales et régionales sur des problèmes de tourisme, réaliser des recherches, analyses, et une planification - structuration et élaboration des propositions pour le développement du tourisme local et régional - et marketing touristique, etc.

Les centres peuvent commercialiser des produits et services, mais ceux-ci peuvent également être fournis gratuitement⁴⁶. Les centres appartiennent du conseil général, mais elles activent au niveau local.

a) Les C.I.T. d'Alba.

⁴⁶ www.legeaz.net/text-integral/ordin-1096-2008-norme-acreditare-centre-informare-turistica

Dans la ville de Câmpeni fonctionne un centre d'information touristique, depuis 2007, attaché au conseil général d'Alba avec un seul employé sur le poste de conseiller en tourisme, dans le cadre de la bibliothèque de la ville. Dans la ville Zlatna fonctionne un centre de tourisme depuis 2012 avec un seul employé sur le poste d'inspecteur des événements attaché au conseil général Alba. Dans la commune Almașu Mare fonctionne un centre dans le cadre d'un musée depuis 2006 avec un seul employé sur le poste d'agent de voyage et guide, sous l'égide du conseil général Alba.

Dans la commune Râmeț fonctionne un centre d'information touristique dans une maison d'hôtes proche d'un monastère, et dans la commune Sălciua et Vidra les centres fonctionnent depuis l'année 2014 avec deux employés (agent de voyage et guide) dans un bâtiment séparé, projet financé par la mesure 313. Dans la commune Gârda de Sus il y a un centre d'information touristique, mais non fonctionnel. Les mairies des localités Albac, Ocoliș, Ighiu, Mogoș ont un projet en cours.

Dans les localités Abrud, Arieșeni, Avram Iancu, Baia de Arieș, Bistra, Blandiana, Bucium, Ceru Băcăinți, Ciuruleasa, Cricău, Poiana Vadului, Ponor, Poșaga, Rimetea, Roșia Montană, Scărișoara, Gâlda de Jos, Horea, Întregalde, Livezile, Lupșa, Meteș, Sohodol, Ștremț, Vadu Moților, Vințu de Jos n'existe pas de centre d'information touristique.

b) Les C.I.T. d'Arad

Les mairies qui n'ont pas un centre d'information touristique sont : Petriș, Văradia de Mureș, Chișindia, Conop, Covăsânț, Ghioroc, Târnova, Ignești, Hășmaș, Craiva, Archiș, Gurahonț, Vârfurile, Hălmăgel, Hălmăgiu, Pleșcuța, Dieci, Brazii, Beliu, Almaș, et celles qui ont un projet en cours sont : Săvârșin, Pâncota, Dezna, Tăuț.

Les centres d'information touristique sont à Bârzava – le centre fonctionne depuis 2014 par la mesure 313 F.E.A.D.R. avec deux employés sur les postes d'agent de voyage et guide. Le centre fait partie de la maison de la culture du village Căpruța et il offre des documents touristiques gratuits (dépliants, guides de voyages, etc.). Le centre d'information touristique de la commune Păuliș fonctionne dans le cadre de la mairie.

Dans la commune Buteni, Șiria et la station touristique Moneasa, le centre fonctionne selon les mêmes principes, mais dans son propre édifice.

c) Les C.I.T. de Bihor.

Le centre national d'information et promotion d'Oradea, le chef-lieu, a comme attribution la promotion touristique du département de Bihor. Le centre touristique de la mairie fait la promotion d'objectifs touristiques de la ville. Les maires qui n'ont pas un centre touristique sont : Vașcău, Aștileu, Aușeu, Borod, Căbănești, Cărpinet, Ceica, Copăcel, Criștioru de Jos, Curățele, Dobrești, Finiș, Pietroasa, Popești, Șinteu, Șuncuiuș, Țețchea, Vârciorog. Les maires qui ont un projet en déroulement sont : Bratca, Bulz, Budureasa, Câmpani, Nucet. On trouve un centre à Vadu Crișului depuis 2013 dans un bâtiment propre, grâce à la mesure 313 du programme FEADR. Ce centre n'a pas d'employés ni aucune activité. Dans la commune Roșia existe un centre touristique depuis 2013, aménagé dans une maison traditionnelle, mais sans activité.

d) Les C.I.T. de Cluj.

Le centre touristique de la ville est rattaché au conseil général et il fonctionne dans le cadre du musée de Transylvanie du chef-lieu Cluj-Napoca. Actuellement il fonctionne avec deux employés (guide et agent de voyage). Dans la ville Huedin et les communes Beliș, Ciucea, Gilău, le projet a été approuvé, mais pour diverses raisons techniques il n'a pas abouti ; Iara, Măguri Răcățău, Mănăstireni, Mârgău, Mărișel, Râșca, Sâncraiu n'ont pas de centre touristique.

Dans les communes Băișoara, Căpușu Mare, Moldovenești, Petreștii de Jos, Poieni, Săcuieu et Valea Ierii les centres touristiques sont soit au stade de projet en déroulement soit au stade d'achat ou en phase de construction. Dans la commune Negreni on trouve un centre touristique. Ce centre a été créé en 2014 grâce à la mesure 313 du programme P.N.D.R., et fonctionne dans son propre bâtiment avec deux employés comme agent de voyage et guide. Le centre de Poieni offre du matériel d'information gratuit.

e) Les C.I.T. de Hunedoara.

Les maires qui n'ont pas un centre d'information touristique sont : Brad, Baia de Criș, Blăjeni, Bucuresci, Bulzeștii de Sus, Burjuc, Certeju de Sus, Gurasada, Hârău, Rapolțu Mare, Șoimuș, Tomești, Vălișoara, Zam. Les maires qui ont un projet en déroulement pour la construction d'un centre sont : Balșa, Băița, Branișca, Ilia et Vorța (dans les deux dernières communes les centres sont en pleine construction).

Dans la localité Buceș existe un centre d'information touristique depuis 2014. Dans les communes Crișcior et Luncoiu de Jos fonctionne un centre d'information touristique depuis 2014 avec deux employés (agent de voyage et guide), dans un bâtiment propre. Dans

la commune Ribița le centre fonctionne dans un établissement public. Ces centres ont été financés par la mesure 313 du programme rural FEADR. Le centre d'information touristique de la commune Vața de Jos appartient du conseil général Hunedoara.

f) Les C.I.T. de Sălaj

La mairie du chef-lieu Zalău dispose d'un centre d'information touristique, mais le conseil général n'en a pas. Il existe une « association du développement intercommunautaire Sălaj Plus » sous l'égide du conseil général qui promeut le patrimoine culturel et naturel du département. Cette association contrôle les autres centres touristiques créés par les autorités locales, afin d'optimiser les résultats attendus de ces investissements sur le plan départemental, national et international.

Dans les communes Creaca, Buciumi, Hălmășd et Românași ont été approuvés les projets pour la création d'un centre d'information et marketing touristique à travers l'Autorité de Management pour le Programme National de Développement Rural, mesure 313, "L'encouragement de l'activité touristique" dans le cadre du Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural, en cours de construction pour être opérationnels en 2015. Ce programme est mis en place par l'Union Européenne et le gouvernement roumain.

Les centres fonctionnent dans leur propre bâtiment avec deux employés comme agent de voyage et guide. Selon les règlements généraux de cette mesure, les employés sont obligés de suivre des cours de formation spécialisés dans le tourisme pendant une période de 6 mois. Pour le moment les projets sont en cours de réalisation.

Dans la commune Buciumi le projet est financé par la mesure 322 "Rénovation du développement des villages, amélioration des services de base pour l'économie et la population rurale et revalorisation du patrimoine rural" du programme Fonds européen agricole pour le développement rural (F.E.A.D.R.), mis en œuvre par le Programme National de Développement Rural (P.N.D.R.). La mesure 313 "L'encouragement des activités touristiques" fait partie de l'Axe III - « Améliorer la qualité de vie dans les zones rurales et diversification de l'économie rurale » et a pour objectif global d'accroître les activités touristiques dans les zones rurales pour augmenter le nombre d'emplois et de revenus alternatifs, ainsi que l'attractivité de l'espace rural.

La commune Plopiș a créé un centre touristique en 2014 grâce à la mesure 313. Il fonctionne avec deux employés (agent de voyage et guide) ayant fait des études spécialisées en tourisme. Le centre a un bâtiment propre dépendant du conseil local. La stratégie de

promotion est de promouvoir le tourisme local. Le centre offre des documents gratuits (dépliants, brochures) aux touristes.

Dans la commune Valcău de Jos a été créé un centre à travers la même mesure 313 qui fonctionne depuis 2014 avec deux employés (agent de voyage et guide) avec des cours spécialisés en tourisme. Le centre a le même principe, il fonctionne dans un bâtiment propre et dépend du conseil local.

Les attributions des employés sont : guider les touristes, promouvoir la commune, réalisation de publications gratuites (dépliants, brochures, CD-ROM, etc.). L'adresse web pour le centre touristique est www.turismvalcaudejos.ro.

Dans la commune Horoatu Crasnei a été créé un centre touristique en 2013, avec un seul employé. Cet employé est diplômé de la faculté de géographie du tourisme de l'Université Babeş-Bolyai et d'un cours de manager en tourisme. Le centre fonctionne dans un bâtiment séparé, son organigramme est rattaché au conseil local de la mairie et offre des documents gratuits aux touristes. L'adresse web pour le centre touristique est www.centrturistichoroatucrasnei.ro.

Dans la commune Meseşeni de Jos a été créé un centre d'information touristique en 2013 par la mesure 313. Le centre fonctionne dans un bâtiment propre avec deux employés, comme agent de voyage et guide. Ce centre ne produit pas de documents touristiques vu le manque de financement.

Dans les communes Sâg, Treznea, Agrij, Fildu de Jos, Marca et Cizer n'existe pas de centre touristique.

Ces renseignements ont été obtenus dans la période du 4 au 13 Février, grâce à une série d'entretiens téléphoniques avec les maires, les secrétaires généraux des conseils locaux, des conseillers en tourisme ou des inspecteurs des ressources humaines, etc. dans toutes les communes et les villes qui relèvent des Monts Apuseni.

Ceci été nécessaire pour savoir comment les centres nationaux d'information et de promotion du tourisme fonctionnent (ou non), quels sont les stratégies appliquées dans le territoire, le nombre d'employés, quels sont les études supérieures des employés, etc.

Nous pouvons remarquer une grande différence entre les 6 départements. Par exemple, Sălaj ne dispose pas d'un fort potentiel touristique, mais il existe trois centres d'information touristique fonctionnels, quatre centres touristiques avec des projets en cours comparativement avec Bihor qui a 2 centres touristiques existants, mais aucune activité et 4 communes où les autorités envisagent de mettre des projets en place.

Remarquons qu'à Bihor, ayant les attractions les plus appréciées des touristes du territoire d'Apuseni, il n'y a pas encore un réel intérêt de la part des autorités de promouvoir leur patrimoine (Figure no 97).

Les centres nationaux d'information et de promotion du tourisme

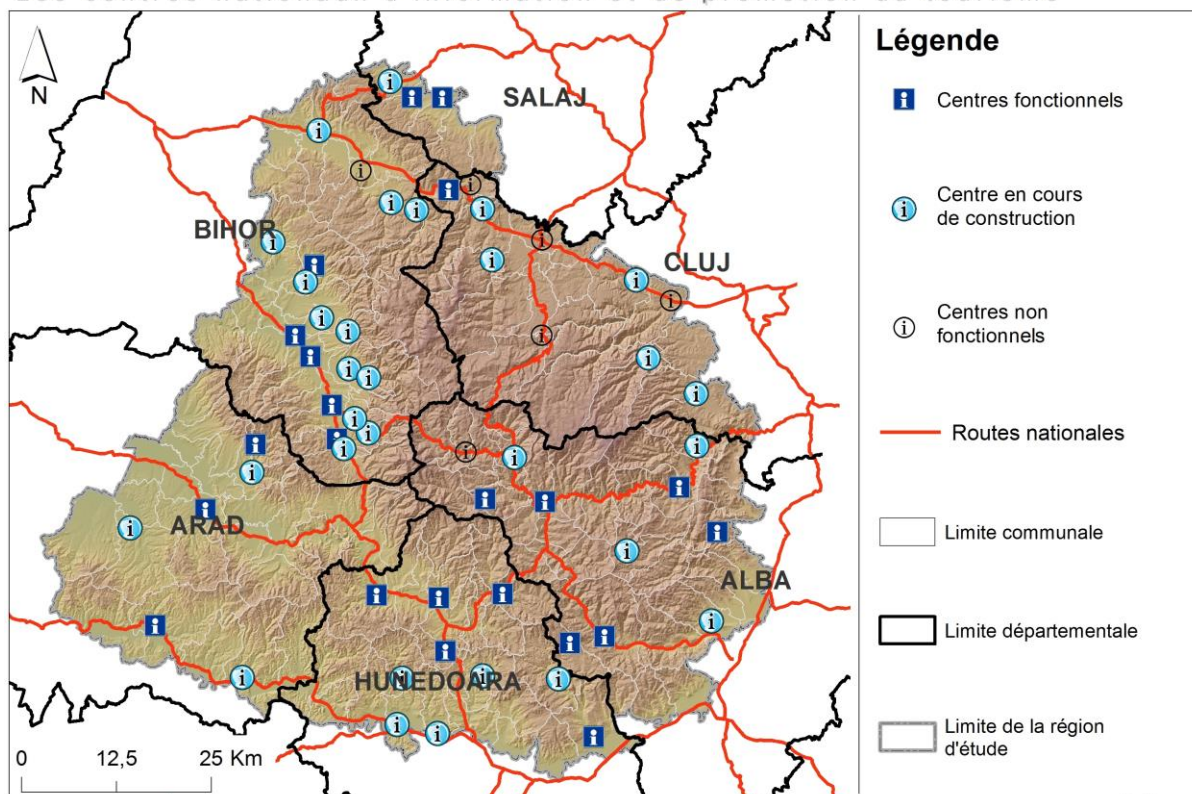


Figure no 97 Les centres nationaux d'information et promotion du tourisme en Apuseni

7.7. Les acteurs entrepreneurs du tourisme

Cette catégorie inclut des groupes d'intérêt (surtout privé) de l'industrie hôtelière, des pensions, des guides locaux, etc. Ce secteur joue un rôle important dans l'économie touristique en assurant son dynamisme.

Au niveau national, le secteur privé est organisé par différentes associations qui correspondent à un type de développement du tourisme et sa promotion (tourisme rural – Opération Villages Roumains, l'écotourisme, les loisirs et spa, etc.) ou par différents acteurs comme les voyagistes et les agences de tourisme qui sont conçus pour animer l'offre touristique d'un territoire (l'Office National d'Agences du Tourisme A.N.A.T.), des

hébergeurs, restaurants, bases d'animation et de loisirs, guides de voyage, artisans et producteurs locaux, etc.

7.7.1. Les tour-opérateurs

Les agences de voyages dans les villes municipales assurent la distribution des packages touristiques, en collaboration avec d'autres acteurs ou prestataires moins visibles dans le tourisme sur le territoire. Les acteurs au niveau local et communal (dans les zones rurales de Monts les plus développées : Bihor, Trascău) et les hébergeurs (hôtel, auberge, camping, etc.) fréquentés par les touristes, d'artisans ou d'autres associations visent à promouvoir le tourisme.

Un acteur clé dans les Monts Apuseni est le Parc Naturel Apuseni qui a le rôle de collaborer avec d'autres institutions dans les établissements d'enseignement publics et privés. Cet acteur réalise des projets dans l'ensemble du territoire ayant comme objectifs : le développement et la promotion du tourisme durable, la création d'une stratégie à long terme visant à accroître la compétitivité du secteur du tourisme par la modernisation et le développement des infrastructures et des services touristiques, y compris les investissements. Donc, nous allons créer un inventaire plus détaillé des acteurs dans les prochaines étapes (bibliographiques et terrain).

Ces acteurs ont un plan de management pour la promotion du tourisme et le développement régional en créant des stratégies régionales avec un impact réel sur l'économie, la société et l'environnement dans la région afin de faciliter leur analyse.

Les agences de voyages ou le Tour Operateur (TO) qui ont des programmes touristiques en Apuseni sont : Apuseni Experience à Oradea (département de Bihor). Cette T.O. a des programmes touristiques personnalisés sur les Monts Apuseni surtout dans le Parc Naturel Apuseni (les départements de Bihor et Cluj). Leur site est www.apuseniexperience.ro.

L'agence de voyages Discover Romania, située à Brasov, offre un voyage a thème touristique concernant l'histoire des Monts Apuseni « Transylvanian time travel: the land of Moți ». Leur site est www.discoveromania.ro.

Une autre agence de voyages est Barefoot Adventure qui a un programme « Randonnées et traditions en Apuseni » sur la zone des Monts Gilău (département de Cluj) en Apuseni. Leur site est www.barefoot-tours.com.

Outdoor Experience à Targu Mureş a des programmes touristiques dans la vallée Arieş et Crisul Repede qui traverse le département d'Alba et Cluj (Apuseni). Leur site est : <http://outdoorexperience.ro/ro/>. Daksa Eco-Equestrian Centre à Cluj-Napoca a des programmes touristiques dans les zones de Monts Trascău, Gilău-Muntele-Mare, Bihor-Vlădeasa en Apuseni. Leur site est www.ridingadventures.ro

a) Agence de voyages Apuseni Experience (Oradea, département de Bihor)

Expérience Apuseni est une marque de EcoTransilvania S.R.L. (Société Roumaine). Il comprend 3 partenaires qui dirigent les programmes Apuseni Expérience Tourisme Responsable. L'agence n'a pas des compartiments spécifiques qu'une comptable. Dans son cadre l'agence a des collaborateurs mixtes comme guides ou des bases d'hébergement dans la création de leurs forfaits touristiques. Apuseni Expérience est le suivi de l'année projet financé par l'U.E. Life Project qui a pris fin en 2001. L'objectif du projet était de valoriser le patrimoine naturel des Monts Apuseni et, à cet égard infrastructure touristique a été développée grâce à ce projet.

Jusqu'en 2006, le programme a été exécuté par le Centre pour les aires protégées et le développement durable (<http://www.capdd-bihor.org/>) - une organisation à but non lucratif démarré localement, parmi les rares dans la zone du département Bihor, qui travaille dans la région Apuseni pour le développement durable des communautés locales dans ce domaine. Les missions principales de l'A.E. se découpent en 2 parties : le tourisme international de réception et le tourisme domestique (national).

L'A.E. organise des circuits personnalisés dans la région Apuseni, surtout dans la zone touristique Padiş : randonnée dans le cœur des Monts Apuseni, cyclisme, fleurs sauvages dans les Monts (Scarita Belioara), « Célébrez le printemps dans les Monts » une programme pour les familles (eau de source Tăuz, grottes Coiba Coiba Mare et Mică, grotte glacier Scărișoara, grotte Vârtoș), trekking dans la zone Monde Perdu « Lumea Pierdută », ski de randonnée dans les Monts Apuseni, le circuit « Découvrez les merveilles de monde souterrain à la Grotte d'Ours », etc.

L'A.E. organise également des circuits « autoguidés », les touristes achètent les points GPS sur les attraits touristiques qu'ils choisissent à visiter. Les touristes étrangers viennent de Pays-Bas, Slovaquie, République tchèque, etc.

7.7.2. Les acteurs de l'hébergement

L'infrastructure touristique est composée par les bases d'hébergement. Leur typologie a des différents critères pour définir un type de base d'hébergement : la dimension, le confort, la fonctionnalité, le temps d'utilisation, le type de tourisme pratique, etc. (Cocean, 2007, p. 154). L'auteur classe les bases d'hébergement en deux catégories : bases d'hébergement principaux (hôtel, motel, chalet, villa, auberge) et des bases d'hébergement secondaires (pensions et des logements privés, refuges, camping). Il existe aussi l'hébergement non-marchand, à vocation sociale ou associative ou chez l'habitant.

Dans cette région ont ainsi apparu des stations balnéo-climatiques (Geoagiu, Vața de Jos, Moneasa), des thermes, des pistes de ski (Arieșeni-Vârtope) ou nous trouvons des diverses bases d'hébergement tel comme les hôtels (spa), motels et les pensions.

La présence des nombreux géo sites avec des valences touristiques à influence l'apparition des pensions touristiques et agrotouristiques (Petrea, 2004, p. 40). Dans ce sens on apparut des gîtes à Vadu Crișului (Défilé du Criș Repede, les grottes Vadu Crișului et Vântului), les gîtes dans les communes Lupta et Brăzești (Detunatele – des formes de relief karstique), des gîtes à Scarisoara (la grottes glacier Scărișoara), des gîtes à Câmpani (Vallée Sighiștel), des gîtes⁴⁷ à Boga et Pietroasa (Grottes Ponor et Padiș), etc. Le plus sollicité zones de camping sont localisés à Lupșa, Arieșeni, Gârda de Sus, Coadă Lacului Leșu, Meziad, Padiș, Cheile Turzii, Râmeți, Întregalde, etc.

L'infrastructure hôtelière est un élément clé dans le tourisme moderne (Muntele, Iațu, 2006). Selon les auteurs les critères d'analyse de cette infrastructure sont la localisation (accès), la capacité d'accueil et le niveau du confort et les services offerts.

La capacité d'hébergement en 2014 a été enregistré dans les stations Geoagiu et Moneasa (eau thermale), suivie par la station du sky Arieșeni, Gilău, Huedin. (Figure no 98).

⁴⁷ Dans notre pays pour la classification des pensions et des gîtes rurales on utilise les fleurs ou marguerites (pour remplacer les étoiles).

La région Apuseni : Capacité d'hébergement en 2014

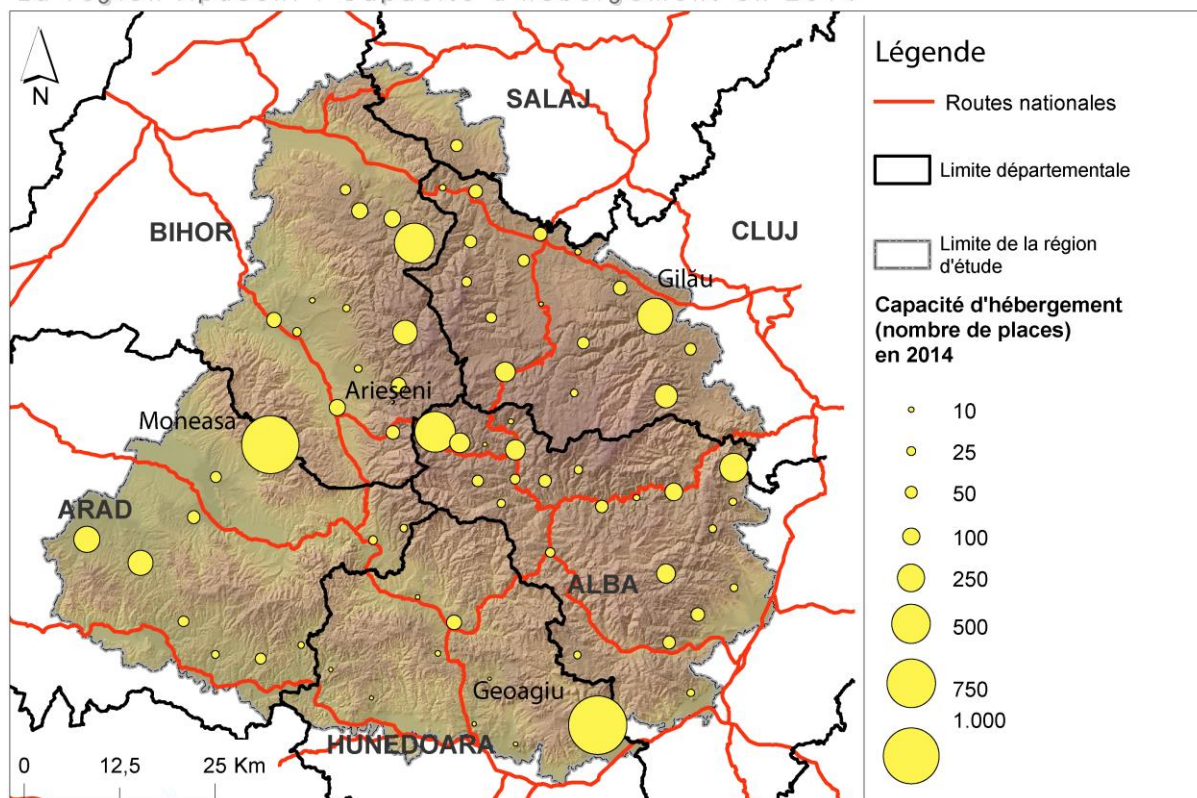


Figure no 98 La capacité d'accueil en 2014, source : INSEE Roumanie (2014)

a) Le chalet Cetățile Ponorului, zone Padiș

Le Chalet Cetățile Ponorului est situé dans le Parc Naturel Apuseni, dans la commune Pietroasa, sous zone Ponor-Prairie « La grajduri », à proximité des itinéraires touristiques. Il est possible d'accéder avec des véhicules. Le chalet dispose de 60 places d'hébergement en chambres de 2 et 4 lits. Il y a 16 chambres avec salles de bains et 4 chambres avec salles de bain partagées. La structure de l'organisation de l'hôtel est suivante : un directeur, un sous-directeur, un comptable et le chef cuisiner.

Le chalet se compose en 8 départements : le département de d'hébergement, le département de la restauration, le département marketing, le département finance, le département de la sécurité.

La direction du chalet organise pour les touristes de « teambuiding » pour les groupes, propose des forfaits de 3 jours pour visiter les gorges Cetățile Ponorului, le glacier Focul Viu, Prairie Ponor, Monde Perdue « Lumea Pierdută », eau de source Ursului « izbul Ursului », gorges Galbenei, gorges Rădesei, etc. La plupart des touristes étrangers qui viennent ici sont

des Hongrois, Polonais, Allemands et les touristes Roumains des villes de Bucarest, Constanța, Ilfov, etc.

Les stratégies du développement du chalet ont été la rénovation du bâtiment, des travaux pour la création d'un parking (voitures et vélos), point d'information touristique, station audio, etc. Une autre stratégie consiste dans la création de documents touristiques pour les touristes (dépliants, cartes de visite, etc.).

Notre point de vue sur les stratégies du développement du chalet est qu'ils doivent renforcer la réservation en ligne pour la promotion sur le site web. Même si le chalet n'a pas un département pour les ressources humaines nous suggérons que les employés qualifiés sont la base d'un bon fonctionnement d'une base d'hébergement.

7.7.3. Les acteurs de transport

Institutions de transport

Au niveau national il manque des organismes orientés vers le tourisme, mais il existe le C.F.R. (Chemins de Fer Roumains), TAROM (compagnie aérienne) ou des courses régulières par autocar (Eurolines, Atlassib). Il existe certains moyens de transport local de touristes comme : « La Mocanița » petit train vapeur touristique sur la Vallée Vaser en Maramureș.

Conclusions

La nécessité d'étudier la relation entre les acteurs, leurs pratiques au sein d'un territoire, en interaction avec le tourisme découle, notamment, du fait que les résultats pourraient être utilisés pour le développement local afin de concevoir des stratégies pour développer le tourisme.

Celui-ci est grandement déterminé par la capacité des divers acteurs à travailler ensemble pour soutenir en partenariat des projets conjoints visant à promouvoir une image positive du tourisme. Cette analyse des acteurs du tourisme implique à la fois une localisation géographique et leur identification sur le territoire afin d'établir leur rôle, le degré et le mode de mise en réseau, ainsi que les initiatives entreprises par eux sur le territoire. Cette analyse sera considérablement détaillée au cours des futures recherches documentaires de la thèse sur les acteurs et dans l'étape de terrain.

Le tourisme est un phénomène qui représente un ensemble d'éléments au sein de la société qui réunit les touristes et les lieux touristiques, mais également les acteurs qui se mobilisent dans la préparation d'un séjour touristique.

Le tourisme implique de nombreux acteurs, à commencer par « les touristes eux-mêmes, puis la société locale, les entreprises et les collectivités territoriales et enfin l'état ». (Sacareau, Stock, 2003, p. 31) Ces acteurs agissent sur les lieux touristiques en fonction de leurs actions, projets, interventions et investissements afin de créer une réussite entre différents acteurs, notamment les touristes et les acteurs locaux.

Afin de conclure ce rapport qui a eu le rôle à clarifier les concepts utilisés et réaliser l'état de l'art, nous avons exposé un inventaire des acteurs en relation avec le tourisme. C'est en analysant la réalité qu'on peut définir les acteurs comme ceux qui sont en vrai contact avec les touristes d'un part et d'autre part nous chercherons construire un système ou un modèle en fonction des relations que les acteurs établissent entre eux (Friedberg, Crozier, 1977).

On veut savoir si la densité des relations entre les acteurs locaux (décideurs locaux, entreprises, universités, collectivités économiques) peut jouer un rôle important dans la compétitivité économique de ce territoire et si le développement local implique également des stratégies de financement et de formation.

Dans les recherches suivantes, nous voudrions consacrer à l'analyse de la diversité des acteurs dans le tourisme et son implication en faveur du développement local dans la région des Apuseni. Le prochain rapport sera dédié aux « nombreux acteurs qui interagissent dans le temps et dans l'espace, de manière physique et virtuelle » (Graburn, Leite, 2010).

Il s'agit de comprendre :

- Comment sont-ils organisés ?
- Comment interagissent-ils entre eux ?
- Comment interviennent-ils ?
- Quelle est leur implication en faveur du développement local ?

Dans cette étude nous aurions la prétention que cette recherche puisse s'adresser à tous les acteurs voulant s'engager en faveur du développement local et touristique. Nous souhaitons bien distinguer la diversité des acteurs et les intérêts qui les animent dans les prochaines recherches. En agissant de la sorte, les catégories d'acteurs qui seront présents de manière évidente : les acteurs publics, les acteurs privés et les groupes sociaux (les habitants et les touristes) seront dans le centre de préoccupations du concept du développement local. En effet, nous voulons analyser de manière générale : les touristes à travers leurs pratiques,

leurs perceptions, leurs attentes ou les tendances de consommation et les acteurs dans l'espace local.

Il convient d'aller plus loin dans la réflexion pour la situation des acteurs dans la région étudiée, car la situation sera différente d'un territoire à un autre en ayant des conséquences sur le développement local. Pouvons-nous établir un modèle du système des acteurs dans notre cas pour Apuseni ?

CHAPITRE VIII

UNE RÉGION GOUVERNÉE PAR LES ACTEURS ?

Introduction

Le tourisme constitue un « système d'acteurs, de pratiques et d'espaces » (Knafou & Stock, 2003), donc le développement local est « une mobilisation d'acteurs en réaction spatiale » (Violier, 2008).

La gouvernance représente « l'ensemble des processus et des institutions qui participent de la gestion politique d'une société » (Patrick le Galès, page 418). La gouvernance a pour but la contribution d'autres acteurs pour qu'ils jouent un rôle dans les orientations politiques stratégiques (y compris les acteurs non gouvernementaux, comme les entreprises, les syndicats, les associations ou les individuels).

Concernant ce concept nous pouvons nous interroger si la gouvernance locale doit accorder plus l'importance à certains acteurs (parce qu'ils sont élus et/ou influents et/ou plus nombreux) ? Selon Pecqueur (2000) la gouvernance locale est « un processus institutionnel et organisationnel de construction d'une mise en compatibilité des différents modes de coordination entre acteurs géographiquement proches, en vue de résoudre les problèmes productifs inédits posés aux territoires ».

Auprès notre guide d'entretien nous pouvons distinguer trois catégories des relations (Annexe 4, 5, 6):

1. Atomisation d'acteurs entrepreneurs
2. Les pouvoirs publics
3. Le système des acteurs

8.1. Atomisation d'acteurs entrepreneurs

1. Atomisation d'acteurs entrepreneurs comprend les observations suivantes :
 - Manque des services touristiques personnalisés ;
 - Concurrence déloyale et travaille isolé ;
 - Globalement, n'existe pas de statistique (no touristes) ;

- Les propriétaires formés offrent une gamme variée des activités ;
- Les mairies n'offrent pas une consultation ou une aide spécifique pour les entrepreneurs ;
- Les acteurs privés qui sont de porteurs de projets ont une méconnaissance des attentes des touristes en leurs attentes pour un séjour ;
- Les acteurs privés ne communiquent pas assez souvent à cause de la concurrence ou par rapport leur état de la relation personnelle ou professionnelle avec les représentants publics ;
- Les acteurs privés (la plupart des propriétaires des bases d'hébergement ou de loisirs n'ont pas de parcours en tourisme, voir presque pas de formations, peu formes) et ils comprennent difficilement ou assez « précaire » le bon fonctionnement du système touristique ;
- Manques de produits clé en main (prestation isolées l'une des autres entre les acteurs privés et publics, absents pour les acteurs politiques) ;
- Des prestataires privés privilégiant un modèle d'entreprise peu tournée vers de logiques de développement économique et de création d'emploi pour ceux qui ont des formations spécialisées en tourisme ;

8.2. Les pouvoirs publics

- Les mairies n'offrent pas une consultation ou une aide spécifique en tourisme pour les propriétaires ou n'ont pas la capacité à le faire ;
- Il n'existe pas de collaboration entre les conseils généraux, échanges d'expérience ;
- La plupart des conseillers n'ont pas fait d'études en tourisme ;
- Il y a un besoin d'une organisation d'interdépendance accrue entre les structures ;
- Acteurs politiques qui n'aident pas le territoire ;
- Les projets touristiques qui ont été implémentés par les comités départementaux souvent ne sont pas en ligne pour les consulter comme documents publics pour avoir plus d'informations. En général, les projets en tourisme ne sont pas trop visibles ;
- Le manque de la collaboration entre les acteurs politiques et les acteurs privés ou vue la carence des séminaires, colloques publics ou bien de tables rondes sur des projets touristiques ;

8.3. Le système d'acteurs

- La collaboration entre le conseil général, la direction du tourisme, avec les offices du tourisme s'organisent à la manière de partenariats spécifiques. Il n'existe de filiations que des rendez-vous ponctuels, un échange des documents touristiques (cartes et dépliants) sur un court terme. En général participent aussi les acteurs publics et les institutions subordonnées au conseil (musée, édifices de culture, etc.) ;
- Les conseillers ne voient pas que le tourisme pourrait apporter des ressources financières, projets ;
- Il existe juste une collaboration entre le CIT du conseil et le CIT de la mairie au niveau des documents touristiques, échanges des cartes, etc. ;
- Chaque acteur du secteur public et privé promue autrement les Apuseni en fonction de leurs convictions ;
- Le manque de la collaboration entre les acteurs politiques et les acteurs privés ou vue la carence des séminaires, colloques publics ou bien de tables rondes sur des projets touristiques
- Les acteurs du territoire doivent partager la même image de la destination afin de renforcer les synergies et jouer la cohérence territoriale avec les départements qui lui composent.

8.4. Analyse des entretiens

Dans l'analyse des entretiens, nous avons extrait seulement les données qui nous semblent pertinentes et qui sont assez consistantes.

A) Alis Moș, le directeur principal du Parc Naturel Apuseni

À comme attributions la coordination de l'administration du parc ; le management des projets internationaux au sein du parc.

- Selon vous, quelles sont les caractéristiques de votre territoire ?

La personne interviewe nous dit que le territoire du parc dont il est directeur a une grande vocation touristique. Il nous dit qu'il y a différents types de tourisme relatif au territoire comme : l'écotourisme dans certaines régions (village Gârda Seacă, Ocoale, Pătrăhăițești),

tourisme durable dans la zone Padiş. Ces types de tourisme sont présents dans le plan de gestion du Parc.

L'administration du Parc souhaite dans un futur proche mener un projet sur son territoire : « Dans le future proche nous on souhaite créer une association pour la zone Vartop dont les objectifs sont sur le papier. L'objectif de l'association (L'Association du tourisme du Parc Naturel Apuseni) est de stimuler la population locale et les maires pour créer une infrastructure touristique de qualité et des services adéquats pour les touristes. L'objectif du projet est de stimuler la collaboration des administrations publiques locales au sein du parc avec des associations privées pour développer la zone et faire face à la compétitivité ».

- **Quelles sont vos expériences en matière de collaboration avec ces acteurs ?**

Il nous explicite la collaboration entre le secteur public et privé : « Cela se fait au travers de réunion publique quand ils commencent effectivement certains projets, mais il est très difficile, car il s'agit d'une structure de coagulation, le manque d'auto-effort des partenaires du secteur privé pour créer une entreprise ou de comprendre ce mécanisme ».

À son avis il affirme que « les acteurs publics ne sont pas toujours intéressés à construire quelle chose autour d'un projet touristique, à cause de la politique ou du manque de financements ».

B) Alin Iuga, conseiller aux relations publiques, conseil général du département de Cluj.

- **Quelles sont vos expériences en matière de collaboration avec ces acteurs ?**

Il nous rapporte qu' « il y a des inconvénients et empêchements liés au manque d'argent, d'un nombre insuffisant d'employés à notre disposition, le temps de travail et la gestion des projets, des obstacles juridiques ».

Il nous explique que « À son avis, il n'y a pas de dialogue comme une forme de communication constante, il n'y a qu'un contact accidentel qui n'est pas suffisant, c'est du moins ma perception personnelle ».

- **Quelle méthode pour une fructueuse collaboration ?**

Réponse : « Preuve normale et professionnalisme entre la préfecture, la mairie et le président du conseil pour se rencontrer et discuter ».

C) Emil-Anton COMȘA, président de l'ANTREC Roumanie dans le département d'Alba

- **De quelles façons un acteur public forge un partenariat avec un acteur du secteur privé ?**

Il nous répond que : « La relation est construite à partir du privé vers le public, étant donné le statut de l'autorité publique ».

- **Comment fonctionne un partenariat public-privé ?**

Il pense que « Encombrant en Roumanie, en raison des préoccupations pauvres et de la législation pratiquement inexistante ».

D) Mihai Olenici, guide interprète à l'agence de voyages Apuseni Experience, Oradea, département de Bihor

- **Selon vous, quelles sont les caractéristiques de votre territoire ?**

Il affirme que : « Nous avons un territoire de proximité avec des attraits touristiques connus comme les grottes Cetatile Ponorului, la sous-zone Padis, plateau Monde Perdue, etc., des attraits qui se trouvent principalement dans le Bihor et Alba. Nous concevons des programmes touristiques personnalisés sur la Région Apuseni ».

- **Quelles sont vos expériences en matière de collaboration avec ces acteurs ?**

« Nous travaillons avec des hébergeurs dans le département de Bihor, Alba et la coopération est fructueuse ».

E) Răzvan Dumbrava, conseiller au département de Bihor, directeur de l'office du tourisme à Oradea

- **Quelles sont vos expériences en matière de collaboration avec les acteurs ?**

Il nous dit que : « il y a un souhait d'avoir des collaborations dans le secteur privé, partenariats et dans autres domaines. Il croit qu'il manque des implications dans le développement touristique, juste des projets pour promouvoir les sites ».

F) Alina Pitic, chef projet à l'association CAPPDD Bihor

- **Quelles sont vos expériences en matière de collaboration avec ces acteurs ?**

« Si tu arrives à travailler avec une mairie est excellent, aussi de l'avoir de ton côté et avoir son avis pour un projet. Relation assez difficile avec les publics. »

« L'intérêt personnel de leur part, ils ont des coûts supplémentaires et n'ont nulle part pour les mettre dans un budget, pas d'argent pour certains problèmes, mais sont tenus par la loi de le faire. »

« Nous travaillons bien avec les communes qui sont dans le Sit Natura 2000 du Parc Naturel Apuseni ».

Concernant les entretiens avec les hébergeurs (15) ils nous ont confirmé notre hypothèse qu'ils ne travaillaient pas avec les acteurs publics. La propriétaire d'un chalet dans le département de Cluj, avec des études en tourisme, nous a demandé de garder l'anonymat.

Elle nous a spécifié que :

« Aucun soutien de la part des autorités, ni fonds propres. Nous participons aux expositions, foires de tourisme et nous utilisons les réseaux sociaux pour promouvoir notre base d'hébergement et notre territoire ».

« Je peux vous dire que les autorités locales = corruption, népotisme, jalousie, le manque d'intérêt pour le tourisme dans la zone, l'analphabétisme des gens qui travaillent dans le secteur public et leur stupidité ajoute au mal d'incompréhension du tourisme. »

5 bases d'hébergement, dont les propriétaires ont été interviewés, collaborent avec des agences de voyages à Oradea ou Bucarest, ou des compagnies pour team building.

Concernant la collaboration entre le secteur public et privé, les personnes interviewées affirme que : « Donner une preuve normale et professionnalisme entre la préfecture, la mairie et le président du conseil pour se rencontrer et discuter ». Aurelia Dumiter, chef de projets et conseiller du département Bihor ; « Nous avons eu une bonne collaboration, (...) des exemples positifs avec ceux du secteur privé : établissement d'accueil, artisans, ONG ». Lavinia Ghilea, chef de l'OF du département Sălaj.

Selon notre recherche, des cas concrets peuvent être propose pour la gouvernance du territoire donne par les acteurs du secteur privé :

Association de l'Écologie et Tourisme ALBAMONT, département d'Alba (tourisme): 25 projets depuis 1994, le plus important projet avec un budget de 79.500 euro. Ils ont créé le Groupe d'Action Locale (G.A.L.) MMTMM.

Anghel Draşovean, président de l'association dit : « Une priorité dans le développement local consiste plus l'éducation d'acteurs locaux et en particulier la population locale de la communauté qui pourra bénéficier à long terme d'un tourisme responsable »

Association TRASCAU CORP, département d'Alba (tourisme et environnement) : 11 projets au niveau local depuis 2011.

Adrian Puiuleț, président de l'association conclut : « La collaboration avec les administrations publiques est moins encombrante, dans la mesure le quel la mairie et les conseils locaux comprennent l'importance de la protection de l'environnement et les principes de développement durable du tourisme ».

Association Roșia Montană, département d'Alba, (environnement/tourisme), depuis 2002 plus de 40 projets.

Sorana Zăinescu, manager de projets affirme : « Les autorités sont touchées par la corruption et délibèrent des actes illégaux en faveur de la société minière. Généralement, nous ne voyons au tribunal ».

Centre pour Aires Protèges et développent Durable, département d'Alba, (environnement/tourisme), depuis 1991, 12 projets implémentés dans le territoire d'Apuseni.

Paul Iacobaș, président et manager des projets dit : « Les projets de l'association sont dans l'aménagement des grottes dans le Sit Natura Monts Pădurea Craiului (18 communes), création de l'infrastructure touristique, circuits thématiques, circuits cyclotourisme ».

Association touristique Napoca, département de Cluj, (tourisme), depuis 1992, plus de 20 projets implémentés.

Radu Mititean, président dit : « L'association facilite la collaboration entre les trois départements (Cluj, Bihor, Alba) et l'administration du Parc Naturel Apuseni dans le département de Bihor, les conseils locaux concernant les limites du Parc Natural Apuseni ».

Conclusions

L'analyse des acteurs du tourisme implique à la fois une localisation géographique et leur identification sur le territoire afin d'établir leur rôle, le degré et le mode de leur mise en réseau, ainsi que les initiatives entreprises par eux sur le territoire.

Le tourisme implique de nombreux acteurs, à commencer par « les touristes eux-mêmes, puis la société locale, les entreprises et les collectivités territoriales et enfin l'état » (Sacareau, Stock, 2003, p. 31).

L'intérêt pour la promotion du tourisme dans la Apuseni existait avant 1990, mais seulement plus tard, les conditions politiques, économiques et juridiques on génère les permises nécessaires pour la renaissance de ce phénomène.

La mise en place de la Commission de Zones de Montagne en Roumanie et l'Agence nationale de l'Espace de Montagne en 1990, la Fédération pour le développement de la Zone de Montagne, en 1993 la participation de l'OVR avec le soutien de l'UE, en 1994, à travers le programme PHARE, le Comité technique du développement rural du tourisme ont stimulé la relance du tourisme dans Apuseni (Petrea, 2004).

Dans les États où le tourisme est devenu une certitude, un premier pas consistait à unir les intérêts et de concentrer les efforts dans les organisations qui unissent généralement les acteurs privés, ainsi ceux locaux, départementaux et de l'État, avec un pouvoir de décision au sujet de promouvoir une politique économique spécifique dans les zones rurales. Parmi les principes de l'UE pour le développement régional est le partenariat. Les responsables locaux sont principalement adaptés pour définir leurs besoins et de mobiliser leurs propres ressources.

Pour le développement du tourisme est indiqué un partenariat au niveau du département, la Chambre de Commerce et d'Industrie, les administrations locales, les institutions d'enseignement supérieur, des entreprises spécialisées, des associations et des ONG.

Des organisations et associations ont lancé divers projets dans les Monts Apuseni qui encouragent l'alliance avec la population locale. Pour les encourager et soutenir sera efficace la nomination des conseillers locaux spécialisés dans le tourisme. Un rôle important à cet égard revient aux institutions de l'enseignement et les ONG. Ils doivent être attirés dans la conduite des projets avec un caractère interdisciplinaire. Les universités et centres de recherche dans les zones touristiques (Cluj-Napoca, Oradea, Alba Iulia) peuvent être orientés ou adaptés aux besoins locaux.

CONCLUSION GÉNÉRALE

Le territoire est une proximité géographique d'acteurs dans un contexte donné avec des objets géographiques. Aujourd'hui il existe une analyse d'acteurs, mais le fonctionnement reste une « boîte noire ». L'enjeu global est de comprendre ce fonctionnement du système et de voir s'il existe un développement économique.

Le titre de notre recherche « Espace local et acteurs du tourisme dans le développement territorial et touristique », le cas de la région Apuseni, Roumanie Occidentale donne des réponses à nos interrogations du départ :

1. Observer qui sont les acteurs, la typologie d'acteurs et leur rôle pour le développement local.

Dans ce sens dans partie III notre thèse, nous avons accompli notre premier objectif dans le chapitre VI. Une étape bibliographique a été nécessaire et avant de rentrer dans le sujet, nous avons considéré que logiquement dans la première partie il a été nécessaire de définir les concepts avec lesquels opère acteur système. Dans le cadre théorique nous avons utilisé l'analyse actionniste avec une perspective géographique de développement régional et local en suivant comment le changement se produit dans le système.

2. Les politiques et les stratégies des acteurs du tourisme dans les Monts Apuseni.
3. L'évaluation du territoire. Dans le chapitre III dans la première partie de la thèse une « régionalisation » a été nécessaire pour mieux comprendre le territoire et repérer les zones, sous-zones touristiques ainsi que les lieux touristiques.
4. L'évaluation des touristes. Cet objectif a été atteint dans le chapitre V de la partie II de la thèse sur les pratiques touristiques. Nous avons des informations concernant le profil des touristes, les modalités de voyage, la pratique dominante par la découverte, le mode d'information des touristes. Les tendances générales des différentes variables mettent en évidence les lieux touristes choisis par les touristes et qui définissent le territoire.
5. Observer la collaboration et la communication entre les différents acteurs dans la région rurale des Monts d'Apuseni à chaque niveau (régional, départemental et local).

Cette collaboration a été « surprise » au travers de l'enquête menée par entretien avec les acteurs dans le territoire. Dans la dernière partie de notre thèse, sur la gouvernance des acteurs, nous avons essayé de présenter et d'analyser certains entretiens avec les acteurs du secteur public et privé. Nous validons notre hypothèse de recherche qu'il n'existe pas de bonne collaboration entre ces secteurs à cause de différente contrainte.

L'inventaire des acteurs institutionnels et professionnels nous amène à clarifier la situation actuelle des acteurs qui travaillent dans le tourisme ainsi que leurs stratégies mises en développement avec la région et le tourisme.

Les départements du secteur public n'interviennent pas dans le territoire, les ONG sont porteuses des projets et il existe une bonne collaboration avec les unités de recherche universitaire dans le domaine.

N'oublions pas que le secteur privé (bases d'hébergement) n'a pas de stratégie de mise en place pour le développement du tourisme. Certaines agences de voyages se manifestent assez timidement dans le département de Bihor ou Cluj.

Ce travail de thèse nous a permis d'apporter une clarification sur le développement du tourisme dans la région Apuseni. Il est achevé, mais la recherche doit toujours continuer, en effet la politique et les stratégies des acteurs publics comme des acteurs privés se font avec le temps. Certaines mesures ont commencé à être mises en place.

L'analyse des stratégies de chaque département et leurs politiques nous permettra d'étudier par la suite leur évolution. La recherche menée dans la région sur les lieux touristiques permet d'analyser cette évolution.

Les éléments de nouveauté et la contribution de l'auteur dans cette recherche sont les suivants :

1. La réalisation d'une étude de recherche sur l'espace local et les acteurs du tourisme. L'objectif principal était de voir comment fonctionnent ces acteurs dans le système, quel est le rôle de l'acteur, quelle est sa mission dans le territoire.
2. La méthodologie de l'enquête par entretien (qualitative) et par questionnaire (quantitative) utilisé dans cette recherche et également l'utilisation de la cartographie pour une analyse plus détaillée du phénomène.
3. La nouveauté dans la littérature roumaine d'étudier les acteurs et les consacrer à une étude.

4. Les cartes avec les acteurs peuvent être une nouvelle approche, mais aussi une alternative pour la régionalisation d'Apuseni, alternative pour laquelle la bibliographie existante de spécialité apporte un grand impact touristique.
5. L'utilisation de la cartographie pour une analyse plus détaillée du phénomène (acteurs, touristes).

Cette recherche peut être utile pour l'ensemble des acteurs impliqués dans le tourisme à l'échelle locale, départementale, nationale voir internationale.

Mariana Andreea CHINDRIȘ

BIBLIOGRAPHIE GÉNÉRALE

À

1. Alami S., Desjeux D., Garabuau-Moussoui I., *Les méthodes qualitatives, Que sais-je ?*, Presses Universitaires de France, Paris, 2009
2. Asturias, M. A. *Roumanie d'aujourd'hui*. Paris, 1969

B

1. Bănăteanu, T., & Slotea, E. *Roumanie du trésor du costume populaire traditionnel*. Ed. Sport-turism, 1977
2. Baron, P. (n.d.). *Turistic Romania*. București: Casa Editorială pentru Turism și Cultură.
3. Beaud, S. *Guide de l'enquête de terrain*. Paris: la Découverte, 2010
4. Bernadette M., *Analyser les territoires, savoir et outils*, 2 édition, Presses Universitaires de Rennes, Rennes, 2002
5. Berthier, N. *Les techniques d'enquête en sciences sociales*. Paris: Armand Colin, 2010
6. Bogdan P. Onac et all, Scărișoara, Institutul de Speologie « Emil Racoviță », Cluj-Napoca, România, 2007
7. Bornhorst, T., Brent Ritchie, J. R., & Sheehan, L. Determinants of tourism success for DMOs & destinations: An empirical examination of stakeholders' perspectives. *Tourism Management*, 31(5), (2010). 572–589. doi:10.1016/j.tourman.2009.06.008
8. Boyer M., *L'invention du tourisme*, Gallinard, Paris, 1996
9. Boyer M., *Le tourisme de masse*, Le Harmattan, Paris, 2007
10. Brunet, R., Ferras, R., They, H., *Les mots de la géographie. Dictionnaire critique*. Reclus, La documentation française, Collection Dynamiques du territoire, 1992

C

1. Căndea M., Erdeli G., Simon T., *România. Potențialul turistic și turism*, Editura universității București, 2001
2. Carlisle, S., Kunc, M., Jones, E., & Tiffin, S. Supporting innovation for tourism development through multi-stakeholder approaches: Experiences from Africa. *Tourism Management*, 35, (2013). 59–69. doi:10.1016/j.tourman.2012.05.010

3. Cazes, G. Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs. Rosny-sous-Bois: Bréal., 1992
4. Cazalais, N., Nadeau, R., Beaudet, G., *L'espace touristique*. Presses de l'Université du Québec, 2000
5. Chindriș M., Aspects regarding the capitalization of the tourist potential of Apuseni Natural Park, *Lucrarile Seminarului Geografic "Dimitrie Cantemir"* Vol.37, No. 1 (2014a)
6. Chindriș M., Le tourisme dans le Parc Naturel Apuseni Nord-Ouest de la Roumanie, Poster/Communication à la Nuit des Chercheurs à Angers, 2014
7. Chindriș M., Acteurs et stratégies dans la région Apuseni, Communication seminaire recherche en tourisme, Angers, 2014
8. Chindriș M., What is the role of stakeholders in tourism ? communication dans le cadre du colloque Université de Timișoara, Roumanie, 2014
9. Chindriș M., Nouvelles perspectives de valorisation du potentiel touristique. Etude de cas : Le complexe karstique Cetățile Ponorului, les Monts Apuseni, Roumanie ; *Lucrarile Seminarului Geografic "Dimitrie Cantemir"* Vol. 40, No. 1 (2015)
10. Chindriș M., Tourisme et stratégies des acteurs dans les Monts Apuseni (Transylvanie, Roumanie Occidentale), Doctoriales communication Paris, 2015
11. Chesnais, D., Dinescu, D. I., Savu, M., & Reimer, R. P. *Roumanie*. Bucarest : NOI media print, 2002
12. Ciangă N., *Turismul în Carpații Orientali. Studiu de geografie umană*, Presa Universitară Clujeană, ediția a doua, Cluj-Napoca, 1998
13. Ciangă N., Deszi Șt., *Amenajare turistică*, Presa Universitară Clujeană, Cluj Napoca, 2007
14. Cocean, P., *Potențialul economic al carstului din Munții Apuseni*, Editura Academiei Republicii Socialiste România, 1984
15. Cocean P., *Chei și defilee din Munții Apuseni*, Editura Academiei Republicii Socialiste România, București, 1988
16. Cocean P., *Peșterile României. Potențialul turistic*, Editura Dacia, Cluj Napoca, 1995
17. Cocean P., *Geografia turismului românesc*, Editura Focul Viu, Cluj-Napoca, 1997
18. Cocean, P., *Munții Apuseni procese și forme carstice*, Editura Academiei Romane, București, 2000

19. Cocean P., Vlasceanu Gh., Negoescu B., *Geografie generală a turismului*. Editura Meteor Press, București, 2002
20. Cocean, P., *Géographie régionale*, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2003
21. Cocean P., *Geografia regională a României*, Ministerul Educației și Cercetării Proiectul pentru Învățământul Rural, 2005
22. Cocean P., *Geografia turismului*, Ediția a II-a, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2007
23. Cocean P., *Patrimoniul turistic al României*, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2010
24. Clary, D. *Le tourisme dans l'espace français*. Barcelone : Masson, 1993
25. Clergeau, C., Violier, P., Les enjeux particuliers de cluster tourisme. *Espaces*, (2013) pages 15-24
26. Crozier, M. *L'acteur et le système*. Paris : Éditions du Seuil, 1977

D

1. Dehoorne, O., & Mobilités, itinéraires. *Tourismes 1*. Paris: Belin., 2002
2. Dormois, R., Pour une analyse dynamique des ressources dans la conduite de l'action publique. In. *La ressource territoriale*. Economica, 2007 p. 49-65
3. Duhamel, P. *Le tourisme*. Paris: La documentation française, 2013

E

1. Équipe MIT, *Tourismes 2. Moments de lieux*. Editions Belin, Paris, 2005

F

1. Firuță, C. *Bienvenue en Romania*. Bucharest: Alcor Edimpex. 1994
2. Firuță, C. *Romania*. Bucharest, Alcor. 1995
3. Freeman, R. E. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Cambridge University Press. 2010
4. Friedberg, E., Crozier, M., *L'acteur et le système*. Editions du Seuil, 1977. page 9-11
5. Fyall, A., Callod, C., & Edwards, B. Relationship Marketing. *Annals of Tourism Research*, 30(3), (2003). 644–659. doi:10.1016/S0160-7383(03)00046-X

6. Fleischer, A., & Pizam, A. Rural tourism in Israel. *Tourism Management*, 18(6), (1997). 367–372. doi:10.1016/S0261-5177(97)00034-4

G

1. Glăvan V., *Turismul în România*, Editura Economică, București. 2000
2. Graburn, N., Leite, N., L'anthropologie pour étudier le tourisme. *Revue Mondes du Tourisme*, no 1, (2010). p. 17-29
3. Gumuchian C-M., *Initiation à la recherche en géographie*, Anthropos, Paris. 2000
4. Gumuchian et all., *Les acteurs, ces oubliés du territoire*. Anthropos, 2003
5. Gumuchian, H., Pecqueur, B., *La ressource territoriale*. Economica, 2007

H

1. Hongrie, Roumanie, Bulgarie: 2002/2003 [Paris]: Hachette.
2. Houliat, B. Roumanie. Paris: Hachette. 2009

I

1. Ilieș G., *Țara Maramureșului, studiu de geografie regională*, Presa Universitară Clujeană, 2007
2. Ilieș M., *Amenajare turistică*, Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2007

J

1. Jamal, T. B., & Getz, D. Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 22(1), (1995). 186–204. Retrieved from <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0160738394000673>
2. Javeau C., (1990), *L'enquête par questionnaire*, Editions de l'université de Bruxelles, Editions d'organisation, Bruxelles Levy J., Lassault M., (2003), *Dictionnaire de la géographie*, Edition Belin, Paris.
3. Josse, P. *Roumanie, Bulgarie*. [Paris]: Hachette Livre, 2014
4. Juler, C., & Weinberg, S. *Roumanie*. [Paris]: National geographic [France], 2012

L

1. Lazzariotti, O., Le tourisme, matière à penser de la science géographique. *Revue Mondes du Tourisme*, no 1, (2010). page 7-16
2. Lebas, J., & Milhès, G. *Roumanie*. Fontenay-sous-Bois: Anako, 1994
3. Lévy, J., & Lussault, M. *Dictionnaire de la géographie*. Paris: Belin, 2013
4. Light, D., & Andone, D. The Changing Geography of Romanian Tourism, *Geography*, Vol. 81, No. 3, 1996, pp. 193-203
5. Light, D., & Dumbra, D. POST-COMMUNIST PERIOD, 26(4), (1999). 898–927
6. Louyot, M. *Roumanie*. [Paris]: Seuil, 1973

M

1. Méo, G. Di. *L'homme, la société, l'espace*. Paris: diff. Economica, 1991
2. Michelin, M. française des pneumatiques. *Roumanie*. Paris: Michelin, cartes et guides, 2011
3. Minciu R., *Amenajarea turistică a teritoriului*, Universitatea Română-Americană, București, Facultatea de Economia Turismului Intern și Internațional, Editura Sylvi, București, 1995
4. Muntele I., Iașu C., *Geografia turismului. Concepte, metode și forme de manifestare spațio-temporală*, Editura Sedcom Libris, Iași, 2006

N

1. Nagel Publishers. *Roumanie*. Genève: Éditions Nagel, 1979
2. Nicula, V., Spânu, S., & Neagu, R. E. Regional Tourism Development in Romania – Consistency with Policies and Strategies Developed at EU Level. *Procedia Economics and Finance*, 6(13), (2013). 530–541. doi:10.1016/S2212-5671(13)00171-8
3. Nicoară, L., A. Puscaș, *Regionare turistică mondială*, Editura Silvania, 2007

O

1. Orghidan T., Negrea S., *Peșteri din România. Ghid Turistic*, Editura Sport-Turism, București, 1984

P

1. Pecqueur, B., *Le développement local*. Syros, 2e édition, 2000
2. Petrea R., Turism rural în Munții Apuseni, Editura Universității din Oradea, 2004
3. Pop C., *Padiș*, Centrul Ecologic Transilvania (C.E.T.) Cluj-Napoca, 1996

R

1. Rousseau, Jean-Jacques, *La Nouvelle Héloïse*, 1774
2. Rusu A., I., *Moșii, calvarul unui popor eroic, dar nedreptățit*, București, 1927

S

1. Sacareau, I., Stock, M., *Qu'est-ce que le tourisme*. in Stock (coord.), *Le tourisme. Acteurs, lieux et enjeux*, Edition Belin, Paris, 2003
2. Sautter, E. T., & Leisen, B. Managing stakeholders a tourism planning model. *Annals of Tourism Research*, 26(2), (1999). 312–328. Retrieved from <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738398000978>
3. Serban, M. E. *La Roumanie*. Paris: Khartala, 1994
4. Stafford J., *La recherche touristique. Introduction à la recherche quantitative par questionnaire*, Presses de l'université du Québec, Paris, 1996
5. Stock M. et all., *Le tourisme. Acteurs, lieux et enjeux*, Belin, Paris, 2003
6. Surd V., *Monografia turistică a Carpaților Românești*, Presa Universitară Clujeană, 2008

T

2. Talabă I., *Turism în Carpații Orientali*, Editura pentru turism, București, 1991
3. Tkaczynski, A., Rundle-Thiele, S. R., & Beaumont, N. Segmentation: A tourism stakeholder view. *Tourism Management*, 30(2), (2009). 169–175. doi:10.1016/j.tourman.2008.05.010
4. Turnock, D. TOURISM IN ROMANIA Rural Planning in the Carpathians. *Annals of Tourism Research*, 17, (1990). 79–102. doi:[http://dx.doi.org/10.1016/0160-7383\(90\)90116-9](http://dx.doi.org/10.1016/0160-7383(90)90116-9)

V

1. Vainopoulos R., Mercier S., *Le tourisme*, Editions Le Cavalier Bleu, Paris, 2009

2. Verbole, A. Actors , Discourses and Interfaces of Rural Tourism Development at the Local Community Level in Slovenia : Social and Political Dimensions of the Rural Tourism Development Process, 8(6), (2000). 479–490.
3. Violier, P. Système des acteurs du tourisme et relations ville-campagne. *Norois*, 178(1), (1998). 325–336. doi:10.3406/noroi.1998.6874
4. Violier, P. *L'espace local et les acteurs du tourisme*. Rennes: Presses universitaires de Rennes, 1999a
5. Violier, P. *Mobilités de loisir et de tourisme entre la ville et la campagne*. Dossier de synthèse des recherches Université d'Angers, 1999b
6. Violier P., *Mobilités de loisir et de tourisme entre la ville et la campagne : Fonctionnement de l'Espace et Système d'Acteurs*, Dossier de synthèse des recherches Université d'Angers, 2000
7. Violier, P., Les acteurs du tourisme in Stock (coord.), *Le tourisme. Acteurs, lieux et enjeux*, Edition Belin, Paris, 2003
8. Violier, P., *Tourisme et développement local*, Edition Belin, Paris, 2008
9. Violier P., La recherche en géographie dans le champ du tourisme, in *Tourisme et recherche*, Colloque de l'association Astres Toulouse, *Editions Espaces*, Toulouse, 2011
10. Violier P., *Le tourisme un phénomène économique*, La documentation française, Paris, 2013

W

1. Waligo, V. M., Clarke, J., & Hawkins, R. Implementing sustainable tourism: A multi-stakeholder involvement management framework. *Tourism Management*, 36, (2013). 342–353. doi:10.1016/j.tourman.2012.10.008

Y

1. Yagüe Perales, R. M. Rural tourism in Spain. *Annals of Tourism Research*, 29(4), (2002). 1101–1110. doi:10.1016/S0160-7383(02)00025-7

WEBOGRAPHIE

www.arieseni-apuseni.ro, consulté le 10 septembre 2014
www.apuseniexperience.ro, consulté le 10 septembre 2014
www.romanian-explorer.com/index.html, consulté le 10 septembre 2014
iubeste4ever.webs.com/muntiiapuseni.html, consulté le 10 septembre 2014
www.pesteraursilor.net, consulté le 10 septembre 2014
www.welcometoromania.ro, consulté le 10 septembre 2014
www.romanianmonasteries.org, consulté le 10 septembre 2014
www.insse.ro, consulte le 10 octobre
www.turism.gov.ro/informatii-publice, consulte le 26 octobre
www.tarabeiusului.ro, consulte le 26 octobre
www.parcapuseni.ro, consulté le 17 novembre 2014
www.speologie.org, consulté le 17 novembre 2014
www.iucn.org, consulté le 18 novembre 2014
www.oecd.org/fr/cfe/tourisme/49201021.pdf, consulté le 20 novembre 2014
www.cjalba.ro, consulte le 3 février, 2015
www.cjhunedoara.ro, consulte le 5 février, 2015
www.cjbihor.ro, consulte le 7 février, 2015
www.cjarad.ro, consulte le 9 février, 2015
www.cjsj.ro, consulte le 10 février, 2015
www.cjcluj.ro, consulte le 13 février, 2015
www.turistmania.ro, consulte le 20 février, 2015
www.cluburimontane.info, consulte le 2 mars, 2015
www.galmmmtmm.ro, consulté le 29 juin 2015
www.galvam.ro, consulté le 29 juin 2015
www.gal-vsc.ro, consulté le 29 juin 2015
www.galmunteleses.ro, consulté le 29 juin 2015
www.poartatransilvaniei.ro, consulté le 29 juin 2015

www.crasnabarcau.ro, consulté le 29 juin 2015

www.ask-us.ro/tara-zarandului/, consulté le 29 juin 2015

www.galvam.ro/gal/despre-gal/, consulté le 29 juin 2015

www.galsargetia.ro, consulté le 29 juin 2015

www.nord-vest.ro, consulté le 27 juin 2015

www.adrcentru.ro, consulté le 27 juin 2015

www.adr5vest.ro, consulté le 27 juin 2015

ANNEXES

Annexe 1 Fiche stratégies SWOT

Nom département	Titre	Année	Elabore par	Coordonnateur stratégie	No pages	Table de matières des stratégies	Objectif de la stratégie
1. Aba	1.1. Stratégie touristique du département Alba 2007-2013	2007	IHS ROMANIA SRL		136	I. Introduction Opportunité de la stratégie Contexte général Objectif Résultats Méthodologie du document II. Audit No de touristes /voyages Période des voyages Mode de transport Établissement d'accueil Données tourisme en 2006 Roumanie, destination touristique (données tourisme en 2004 et 2006) Région Centre, destination touristique Département Alba, destination	

						<p>touristique</p> <p>Offre touristique en 1995-2007</p> <p>Demande touristique en 1995-2006</p> <p>Indicateurs pour l'activité touristique</p> <p>III. Ressources naturelles, culturelles et développement touristique</p> <p>Ressources humaines dans le développement touristique</p> <p>Management et marketing dans le développement touristique</p> <p>Annexes</p>	
1.2. Stratégie de développement touristique pour le département Alba dans la période 2014-2020	Avril 2014	IHS ROMANIA SRL	<p>Deuxième étape- Stratégie de développement socio-économique du département Alba</p>	<p>Contrat no 11570 /2013/70 1C/2013</p> <ul style="list-style-type: none"> S.C. INHS ROUMANIE S.R.L. <p>Dr.arh. Nicolae TARALUNGA directeur général</p> <p>S.C. VMB PARNERS S.A. Ec. Marius BOSTAN directeur</p>	86	<p>I. Introduction</p> <p>Contexte général</p> <p>Objectif général</p> <p>Méthodologie</p> <p>Structure de la stratégie</p> <p>II. Analyse SWOT</p> <p>III. Vision et objectives</p> <p>Vision</p> <p>Vision de développement</p> <p>Vision de développement spatial des zones urbaines</p> <p>Vision de développement spatial des zones rurales</p> <p>IV. Directions stratégiques</p>	<p>Coordination des stratégies sectorielles élaborées dans la première étape 2007-2013 et offrir un outil méthodologique et technique dont nous pouvons établir en partenariat avec les conseils locaux et le secteur privé, priorités de développement durable pour le département dans un contexte régional, national.</p>

				<p>S.C. PLANWERK S.R.L. Arh. Eugen PANESCU directeur</p>	<p>Cohésion et compétitivité</p> <p>Connectivité, attractivité, sécurité</p> <p>Patrimoine- un moteur de la créativité</p> <p>Un département bien administré</p> <p>V. Programmes et projets</p> <p>Système territorial pour les zones fonctionnelles</p> <p>Services d'intérêt public général</p> <p>Système de valeurs culturelles et naturelles</p> <p>Système de capacités publiques</p> <p>VI. Tableau de la stratégie</p> <p>VII. Collaboration entre les programmes de développement et objectives thématiques pour la stratégie Europe 2020</p> <p>VIII. Collaboration entre les objectives de développement et les aspects transversaux de l'UE</p> <p>IX. Priorités dans le développement du territoire Alba</p> <p>X. Plan d'action</p> <p>XI. Suivi et évaluation</p>	
--	--	--	--	--	---	--

2. Arad	2.1. Stratégie touristique	2010	Conseil général		19	<p>Pourquoi est nécessaire une stratégie ?</p> <p>Quel est l'objectif ?</p> <p>Données du potentiel touristique</p> <p>Diagnose pour l'espace touristique- Analyse SWOT</p> <p>Directions stratégiques prioritaires</p> <p>Stratégie touristique pour le département</p> <p>Stratégie segmente sur internet, manque d'un document uni, description de la zone et stratégie présente en roumain et anglais</p>	
	2.2. Projet de stratégie de développement touristique dans le département Arad 2012-2016	Octobre 2011	Fondation Centre pour l'Analyse et Développement Institutionnel- Eleuthéria-Bucarest (C.A.D.I.)	<p>Coord. Horia Terpe, chercheurs Val Tarko, Aura Matei, Tudor Glodeanu, Emma Frischmann</p> <p>Coord. administrative : Anamaria Chis, Monica Somandriou, Andra Bistriceanu</p>	54	<p>I. Directions générales</p> <p>Situation actuelle</p> <p>Directions possibles de développement</p> <p>Tourisme sportif</p> <p>Tourisme culturel</p> <p>Tourisme balnéo-climatique</p> <p>Tourisme de transit</p> <p>II. Objectives</p> <p>Arad destination touristique: tourisme sportif, naturel et culturel pour un meilleur développement</p> <p>Amélioration de l'infrastructure et cadre institutionnel pour le</p>	La compétitivité avec les départements voisins

						tourisme dans le département Arad III. Plan action	
3. Bihor	3.1. Stratégie pour le développement durable du département Bihor pour la période 2014-2020	Mai-Décembre 2013	Conseil général Bihor en partenariat avec S.C. ROMACTIV Business Consulting S.R.L. et S.C. GEA Strategy and Consulting S.A.	-	305	I. Analyse diagnostic-profil du département II. Développement territorial III. Économie IV. Potentiel touristique (Oradea, Monts Apuseni, analyse SWOT) V. Infrastructure sociale, éducation et santé VI. Infrastructure routière VII. Environnement VIII. Administration (associations de développement microrégionales) IX. Analyse SWOT générale pour le département X. Stratégies et objectifs spécifiques (stratégie du tourisme p 149-152, 157-158) XI. Projets (p. 256-282) XII. Plan d'action pour la période 2014-2020	
4. Cluj	4.1. Stratégie de développement du département Cluj pour la période 2014-2020	2010	Conseil général Cluj		940	Présentation générale Économie Développement territorial Développement rural	L'augmentation des décisions dans l'administration publique

						Tourisme (p. 392-521) Santé, éducation Infrastructure routière Environnement Administration Stratégie (direction, objectif, mesures, plan action p 817-940) Variante en travaux http://www.strategiaciuj.ro/	
5. Hunedoara	5.1. Stratégie touristique	Mars 2008	Eurodite BV TG BIBSONSTRA AT 40, Deventer, Pays-Bas	Experts en tourisme : Maaïke de Jong, Distion Xion, Alexander Grit Auteurs : Robert Capel, Joep de Roo, senior consultant	49		
	5.2. Stratégie de développement du département Hunedoara pour la période 2014-2020	2010	Conseil général		588	Présentation générale Économie Développement territorial Présentation tourisme 182-257 Santé, éducation Infrastructure routière Environnement Administration	

						Stratégie Cluster du tourisme p. 252	
6. Sălaj	6.1. Tourisme	2010	Conseil général		197	Historique du tourisme en Sălaj Potentiel culturel et naturel Sites culturels touristiques Management des aères protégés Zones touristiques dans le département Marketing touristique Stratégie touristique p.181-187	
	6.2. Plan de développement de département Sălaj 2007-2013	2006	Conseil général		228	Présentation générale Économie Tourisme (p 61-72) Environnement Démographie Analyse SWOT Visions-mission 2007-2013 Cadre stratégique Programme Opérationnel Régional : Améliorer l'infrastructure régionale et locale Consolider le secteur d'affaires régional et local Développement touristique	

						régional et local Développement urbain durable (p222-228)	
--	--	--	--	--	--	---	--

Annexe 2 Exemple d'un résumé de stratégie du département d'Arad

1. Département d'Arad (je n'ai extrait que les informations concernant les Monts Apuseni)
- 1.2. Stratégie de développement touristique pour le département Alba dans la période 2014-2020

Sommaire

1. Introduction
2. Analyse SWOT
3. Vision et objectifs
4. Directions stratégiques
5. Programmes et projets
6. Tableau synthétique du document
7. Programmes de développement et objectifs thématiques pour la stratégie Europe
8. Objectifs de développement et aspects transversaux de l'UE
9. Priorités pour le développement territorial dans le département Alba
10. Plan d'action
11. Suivi et évaluations

Annexes (procès-verbaux concernant la stratégie en différents villes du département Alba)

I. Introduction / Contexte général

La stratégie se réalise en coordination avec les objectifs de Stratégie Europe 2020, l'Agenda territorial 2020 et le Livre vert sur la cohésion territoriale. Dans le contexte de formulations des documents de programmation pour la période 2014-2020, la stratégie doit être coordonnée avec le cadre stratégique commun 2014-2020 et le cadre financier pluriannuel 2014-2020, avec un suivi de la concentration des sujets sur les priorités de Stratégie Europe 2020, et pour renforcer la cohésion territoriale.

Objectif général

Le document a comme objectif de coordonner les paquets « politiques - programmes – projets » avec les questions territoriales existantes et les tendances de développement du département dans le contexte régional et national, après le programme de stratégie 2007-2013.

Méthodologie

La méthodologie utilisée pour atteindre les objectifs est soumise aux activités clés suivantes: information, consultation, débat et acceptation / approbation. Conformément au programme demandé par les Autorités Contractantes sur le cahier des charges, pour la période de formulation, voici les remarques suite à l'étude réalisée :

1. Les secteurs du développement du département doivent être analysés
2. Les résultats par tendances de développement existant doivent être analysés et intégrés (analyse SWOT);
3. Il faudrait formuler le cadre du développement futur (vision, objectifs stratégiques et scénarios de développement spécifiques);
4. Il faudrait assurer les formes pour la mise en œuvre de la stratégie pour la période 2014-2020 par des politiques sectorielles, des programmes, des projets, accompagnés de propositions pour la mise en œuvre de la stratégie de gestion des formulaires (suivi, évaluation et - outils de correction).

Domaines abordés dans le cadre stratégique

La base de cette stratégie pour l'analyse de documents (données, stratégies, plans d'action, programmes, rapports et études de spécialité) sera fournie par le conseil du département d'Alba et les conseils locaux aux unités administratives territoriales. En outre, des informations ont été recueillies par des enquêtes de terrain menées sur un échantillon représentatif des municipalités du département sur la base d'un questionnaire standard qui comprend des éléments concernant les priorités de développement et les investissements à court terme et à moyen terme (1-7 ans).

II. Analyse SWOT

- Cette analyse comprend les points suivants analysés : a. le logement et la production, b. la connectivité, c. les valeurs culturelles et naturelles, d. management public.

Points forts

a. Le logement et la production

- La localisation des entreprises représentatives, avec leur poids dans la croissance économique et la création d'emplois

b. Connectivité

- Les routes départementales modernisées pour l'accès à l'unité administrative territoriale ayant un potentiel touristique, principalement dans les monts Apuseni

c. Valeurs culturelles et naturelles

- Le patrimoine culturel est bien géré, précieux et varié, il est dans un processus avancé de réhabilitation et de conservation

- Le paysage naturel est exceptionnel, les parcs nationaux, Natura 2000

d. Management public

- La performance des équipes de gestion au sein de l'administration locale dans la mise en œuvre des projets financés par le fond local, national et européen.

Opportunités

a. Le logement et la production

- Le développement des monts Apuseni par la croissance économique et sociale des villes Abrud Câmpeni, Baia de Aries

b. Connectivité

- La connexion de la microrégion des monts Apuseni à l'autoroute Sebes-Turda par la réhabilitation des routes du département

c. Valeurs culturelles et naturelles

- La finalisation des projets de réhabilitation, la protection et la préservation du patrimoine culturel, en accédant à des fonds spécifiques.

d. Management public

- Transfert de propriété du domaine public de l'Etat au domaine public du département Alba

Points faibles

a. Le logement et la production

- Aucune organisation du secteur privé, actif dans le tourisme, pour promouvoir le département et la région pour attirer de nouveaux touristes

b. Connectivité

- La mauvaise qualité des routes nationales dans les zones à fort potentiel touristique (monts Apuseni)

c. Valeurs culturelles et naturelles

- L'absence d'un programme visant à promouvoir le paysage culturel et naturel

d. Management public

- Les unités administratives territoriales – communes - dans les zones montagneuses ne sont pas impliquées dans le soutien au développement de la communauté

- Les ressources financières réduites ou insuffisantes pour cofinancer ou permettre un remboursement anticipé des activités incluses dans les projets d'investissement

Risques

a. Le logement et la production

- Faible qualité des services touristiques par manque de formation du personnel qualifié

b. Connectivité

- Le développement incomplet des infrastructures de transport et de protection fonctionne à risque en raison de l'impossibilité de coordonner les intérêts et les priorités de financement du budget central pour les besoins de développement du comté

c. Valeurs culturelles et naturelles

d. Management public

- L'absence d'un transfert d'expériences entre les générations de professionnels et des fonctionnaires

III. Vision et objectifs

La vision de développement pour la période 2007-2013 est axée autour de trois priorités que le département devrait réaliser:

"(1) Un pôle de fusion dominé par des activités productives propres et le tourisme;

(2) Un lieu de séjour confortable dans un environnement propre;

(3) Une destination attractive dans le paysage multiculturel européen à travers différents modes d'expression : la langue, la musique, l'architecture, l'archéologie, etc.

En plus des résultats des investissements réalisés sur la période 2007-2013, le programme public pour la période 2014- 2020 apporterait des éléments supplémentaires pour la cohésion territoriale. Les débats publics organisés à Câmpeni, Baia de Aries, Blaj, Alba Iulia devraient dégager des priorités:

(A). Le développement rural et les Monts Apuseni en termes d'accessibilité et d'équipement urbain,

(B). Le développement de l'agriculture et de l'élevage,

(C) La protection de l'environnement et des ressources naturelles, notamment l'eau et les forêts,

(D). Le développement de diverses formes de tourisme et de loisirs,

(E). Le développement de facteurs de localisation pour le secteur privé.

Une vision du développement

"Le département d'Alba - une communauté dynamique de partenariats ouverts de l'environnement et du tourisme, attirant l'investissement, le développement de ce qui est pris en charge par les ressources naturelles et culturelles uniques."

IV. Directions stratégiques

Objectif stratégique 1 : Cohésion et compétitivité

Le développement polycentrique et équilibré des zones urbaines et rurales pour une croissance économique et le renforcement de la cohésion territoriale.

- La zone habitée des Monts Apuseni a enregistré une stagnation et un lent déclin économique.

Objectif prioritaire 1.1. Le renforcement des partenariats régionaux, avec un effet positif sur l'augmentation du poids économique d'Alba

Objectif stratégique 2 : Connectivité, attractivité, sécurité

La promotion égale pour l'accès à l'infrastructure et à l'information.

- Analyse de la situation et du débat public, de l'existence de défaillances et de disparités en termes d'équipement, d'utilité publique ou d'accès du public à certains services d'intérêt général.

- Problèmes structurels et faible accessibilité (par exemple pour la communauté monts Apuseni).

Objectif prioritaire 2.1. Garantir l'accessibilité et une mobilité accrue, soutenir le développement polycentrique du comté dans des conditions environnementales régionales et nationales

Objectif prioritaire 2.2. Mise en place de services publics et de services publics d'intérêt général, en termes de protection de l'environnement et d'utilisation efficace des ressources, afin d'accroître l'attractivité et la fonctionnalité du territoire

Objectif stratégique 3 : Patrimoine, moteur de la créativité

Conservation de valeurs culturelles et protection de l'environnement, facteurs d'identité et de développement économique par le tourisme.

Objectif prioritaire 3.1 Préservation du patrimoine culturel, matériel et immatériel, pour le développement durable du tourisme

Objectif prioritaire 3.2. Maintien de l'intégrité des ressources naturelles

Objectif prioritaire 3.3. Exploiter le tourisme du patrimoine naturel et culturel

Objectif stratégique 4 : Un département bien administré

Un département bien administré, développement du management public

Objectif prioritaire 4.1. Développer la capacité opérationnelle des institutions gouvernementales pour répondre aux besoins de la communauté

Objectif prioritaire 4.2. Encouragement et développement de l'implication civique dans la prise de décision

V. Programmes et projets

Les programmes prioritaires visant à ---renforcer les quatre composantes des systèmes de développement polycentrique:

1. Le système desservi par les transports, la communication et les services d'intérêt économique général ;
2. Le système de valeurs locales avec un patrimoine naturel et culturel, parcs et réserves naturelles, également « des clusters culturels-naturels » forme des unités administratives ;
3. Le système de capacités publiques forme des institutions publiques locales.

Chaque programme a une politique pour renforcer les partenariats entre les secteurs public et privé et assurer la croissance économique du département Alba. Les projets sont dans trois zones : urbaine, rurale, montagne.

Concernant les Monts Apuseni, - qui a été englobé pour la première fois dans une stratégie après les informations recueillies - un projet important dans cette zone sera la réalisation des analyses de marketing sur les possibilités de développement économique, un autre projet consistera à développer de nouveaux circuits touristiques : « La route de l'or et les fleurs de mines en Apuseni », « Foire et traditions pour le Pays de Moti ». Des projets pour améliorer l'infrastructure touristique dans les Monts Apuseni sont présents dans la stratégie : aménagement, signalétique et balisage des circuits touristiques ; modernisations et réhabilitation des gorges dans le Parc Naturel Apuseni ; - formation des propriétaires des établissements touristiques et améliorations des services touristiques.

VI. Tableau synthétique du document

VII. Programmes de développement et objectifs thématiques pour la stratégie Europe

VIII. Objectifs de développement et aspects transversaux de l'UE

IX. Priorités pour le développement territorial dans le département Alba

Liste des priorités visant les investissements qui contribueront à des éléments de cohésion et de compétitivité des territoires au cours de 2014- 2020 et se fondant sur la structure des objectifs stratégiques :

Objectif stratégique 1: La cohésion et la compétitivité

- Développement des zones urbaines et rurales polycentrique et équilibré fonctionnel pour accroître la compétitivité et renforcer la cohésion territoriale

Objectif stratégique 2: Connectivité, attirance, sécurité

- Promouvoir l'égalité d'accès aux infrastructures d'information intégré et ?

Objectif stratégique 3: Patrimoine, facteur de créativité

- Préservation des valeurs culturelles et d'identité en tant que facteurs de protection de l'environnement et du développement économique par le tourisme

X. Plan d'action

Le plan d'action comprend chaque objectif prioritaire avec des programmes différents selon chaque zone (urbaine, rurale, montagne), le titre du projet, la période de projet prévue (de 2016 à 2020), le responsable de projet (le conseil général Alba, le secteur privé, l'université 1er Décembre Alba-Iulia, les conseils locaux etc.), la source de financement (budget local, sources privées etc.) et l'indicateur qui en résulte en fonction du projet (nombre d'événements organisés, nombre de visiteurs, d'équipements achetés, nombre de cours organisés).

XI. Suivi et évaluations

La stratégie de développement du département Alba pour la période 2014-2020 a préparé la formulation d'un plan de suivi et d'évaluation sur les questions suivantes:

1. Liste des changements attendus qui devront être effectués par des interventions prioritaires (et mention des objectifs spécifiques)
2. Établissement des indicateurs qui permettent de mesurer ces changements, qui seront évalués plus tard et en 2014 par rapport à l'instant présent (précision des indicateurs-résultat dans le plan d'action).

XII. Annexes (procès-verbaux concernant la stratégie en différents villes du département Alba)

Enquête sur les sites touristiques et les caractéristiques du séjour

Nous effectuons actuellement une enquête auprès des touristes dans le secteur d'Apuseni. Ce questionnaire porte sur les sites touristiques que vous visitez et sur les caractéristiques de votre séjour. Il vous prendra 10 minutes pour le remplir. Ce questionnaire servira de support pour la réalisation d'un rapport scientifique.

1. Date de l'interview

____/____/____

2. LIEU D'INTERVIEW

3. Quel est le but de votre venue ou de votre séjour en Apuseni ?

- 1. Découvrir le patrimoine bâti et la culture locale
- 2. Rendre visite à des amis/ à la famille
- 3. Pour mon travail
- 4. Me détendre, découvrir la nature
- 5. Pèlerinage ou retraite spirituelle
- 6. Pratiquer des activités sportives
- 7. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

4. Si 'Autre', précisez :

5. Dans quel pays habitez-vous ?

- | | | |
|--------------|--------------|------------|
| 1. Roumanie | 2. Serbie | 3. Hongrie |
| 4. Ukraine | 5. Allemagne | 6. Pologne |
| 7. Slovaquie | 8. France | 9. Espagne |
| 10. Italie | 11. Autre | |

6. Si 'Autre' précisez:

7. Avez-vous la nationalité roumaine ?

- 1. Oui
- 2. Non

8. De quel département êtes-vous ?

9. De quelle ville êtes-vous ?

10. Depuis combien de jours êtes-vous là ?

11. Dans combien de temps pensez-vous partir ? (en nombre de jours, si aujourd'hui mettre 0)

12. Vous venez dans la région des Apuseni pour:

- 1. La première fois
- 2. Déjà venu quelques fois (2 ou 3 fois)
- 3. Déjà venu, souvent (une fois par an)
- 4. Déjà venu, régulièrement (au moins 2 ou 3 fois par an)

13. Lors de votre début de séjour, qu'avez-vous visité ?

- 1. Albac
- 2. Arieseni
- 3. Cluj
- 4. Glacier souterrain de Scarisoara
- 5. Rosia Montana
- 6. Grotte d'Ours
- 7. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

14. Si Autre, précisez

15. Lors de votre début de séjour, qu'avez-vous l'intention de visiter?

1. Albac 2. Arieseni
 3. Cluj 4. Glacier de Scarisaoara
 5. Grotte d'Ours 6. Padis
 7. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

16. Si 'Autre', précisez:

17. Avec qui êtes-vous venu (e)?

1. En groupe
2. En couple
3. Seul (e)
4. Avec des amis/connaissances
5. Avec les membres de votre famille
-

18. Indiquez: le nombre d'adultes

19. Indiquez le nombre d'enfants

20. Indiquez l'âge des enfants? (mettre un ; entre les âges)

21. Quel(s) mode(s) d'hébergement avez-vous choisi(s) pour votre séjour ?

1. Hôtel
2. Chambres d'hôtes
3. Auberge de jeunesse/Hébergement collectif
4. Résidence secondaire
5. Camping
6. Gîte rural
7. Famille/amis, Aucun hébergement
8. Autre hébergement (camping-car)

Ordonnez 3 réponses.

22. Si 'Autre' lequel:

23. Indiquez le nom de la commune où vous logez: en ce moment

24. Si vous êtes hébergé, vous êtes en:

1. Pension complète 2. Demi-pension
3. Gestion libre 4. Autre
-

25. Si 'Autre', précisez :

26. Quelles sont vos attentes en matière de restauration ?

1. Rapide
2. Produits de terroir/locaux
3. Gastronomique
-

27. Comment avez-vous préparé votre voyage ?

1. Guides de voyage
 2. Demande de renseignements à l'Office de Tourisme
 3. Connaissance/amis
 4. Agence de voyages
 5. Internet
 6. Aucun renseignement pris

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

28. À votre avis, quel(s) type(s) d'activités touristiques faut-il développer en Apuseni?

- 1. Les activités de découverte des patrimoines bâtis et historiques
- 2. Les activités culturelles (conférences, spectacles, concerts, expositions artistiques, etc.)
- 3. Les activités sportives de plain nature (VTT, randonnées, canoé-kayak, parcours aventure)
- 4. Ce qui favorise le repos à la campagne
- 5. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

29. Si 'Autre', précisez :

30. Quand avez-vous décidé de venir ?

- 1. Il y a quelques jours
- 2. Il y a moins d'un mois
- 3. Entre un mois et trois mois
- 4. Plus de trois mois

31. Comment avez-vous réservé votre hébergement ?

- 1. Par une agence de voyages
- 2. Sur internet
- 3. Sur place
- 4. Bouche-à-oreille
- 5. Recommandation (amis/parents)
- 6. Autre (précisez)

32. Si 'Autre (précisez)', précisez :

33. Durant votre séjour quels sont les sites que vous prévoyez de visiter ?

- 1. Sites du Parc Naturel Apuseni
- 2. Producteurs locaux
- 3. Des grottes
- 4. Des gorges
- 5. Le Lac Fantanele/Belis
- 6. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

34. Si 'Autre', précisez :

35. De quelle manière avez-vous découvert ces sites?

- 1. Recommandés
- 2. Publicité
- 3. Bouche à l'oreille
- 4. Découverts sur place
- 5. Autre

36. Si 'Autre', précisez :

37. Quelles sont les activités de loisir que vous avez effectuées durant votre séjour ?

- 1. Sport
- 2. VTT
- 3. Randonnées
- 4. Pêche
- 5. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

38. Si 'Autre', précisez :

39. Quelles sont les activités nature que vous avez effectuées durant votre séjour ?

- 1. Découverte de l'environnement
- 2. Visites naturalistes
- 3. Marche
- 4. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

40. Si 'Autre', précisez :

41. Quelles sont les activités culturelles que vous avez effectuées durant votre séjour ?

1. Musées 2. Église
 3. Sites historiques 4. Art/Artisanat
 5. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

42. Si 'Autre', précisez :

43. Quelles sont les activités gastronomiques que vous avez effectuées durant votre séjour ?

1. Gastronomie/terroir 2. Producteurs locaux
 3. Restaurants 4. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

44. Autres activités (précisez)

45. Sur place, quelles sources d'informations utilisez-vous?

1. Internet 2. Dépliants
 3. Guide touristique 4. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

46. Si 'Autre', précisez :

47. Quel(s) moyen(s) de transport utilisez-vous habituellement pour vous rendre sur les sites ?

1. Train
 2. Voiture
 3. Caravane/camping-car
 4. Transport en commun (bus, tramway, métro)
 5. Vélo
 6. À pied
 7. Multimodal

Vous pouvez cocher plusieurs cases (2 au maximum).

48. Si 'Multimodal', précisez :

49. Combien des sites visitez-vous en moyenne par jour?

50. Quelle distance parcourez-vous en moyenne par jour?

51. Quel est le temps de trajet pour vous rendre sur votre premier site de visite? (hh:mm)

____/____/____

52-58. Globalement, comment jugez-vous la qualité de l'accessibilité des lieux visités pendant votre séjour ?

1 : très bonne, 2 : bonne, 3 : mauvaise, 4 : très mauvaise

	1	2	3	4
Facilité d'accès au site				
Facilité de trouver le site grâce aux panneaux indicateurs				
Sécurité des déplacements au sein du site				
Accessibilité aux personnes à mobilité réduite				
Accessibilité aux personnes à mobilité réduite				
Aménagement du site				
Information du site				

59. Durant le séjour, faites-vous vos déplacements :

1. Dans le département de Cluj
2. Dans le département de Bihor
3. Dans le département de Salaj
4. Autre (précisez:.....)

60. À quoi associez-vous l'identité d'Apuseni ?

1. Pays des Moti
2. Grotte des Ours, Grotte de Scarisoara, Aux villages authentiques du secteur (à préciser:.....)
3. Au Parc Naturel Apuseni
4. Rosia Montana
5. Autre (à préciser:.....)

61. Quels sont pour vous les éléments les plus importants d'Apuseni? (mettre un ; entre chaque réponse)

62. Quel site associez-vous pour Apuseni ?

63. Spontanément, qu'est-ce qui vous plaît en Apuseni ?

64. Qu'est-ce qui vous déplaît ?

65. Finalement, souhaitez-vous revenir en Apuseni ou dans les environs ?

1. Oui
2. Non

66. Si oui, pourquoi ?

67. Quel est le degré de satisfaction de votre séjour ?

1. Très satisfait
2. Plutôt satisfait
3. Peu satisfait
4. Pas satisfait

68. Si vous aviez un conseil, une recommandation à donner à un(e) ami(e) avant de venir en Apuseni ou dans les environs, que lui diriez-vous ?

69. Que budget journalier avez-vous prévu durant votre séjour?

1. Moins de 30 euros
2. Entre 30-100 euros
3. Plus de 100 euros

70. Genre

1. Masculin
2. Féminin

71. Quel est votre âge?

72. Êtes vous actif ou inactif?

1. Oui
2. Non:

73. Si 'Oui', quel est votre métier ?

1. Agriculteur
2. Commerçant, artisan, chef entreprise
3. Cadre Prof. Intellectuelle Sup.
4. Profession intermédiaire
5. Employé
6. Ouvrier
7. Chômeur
8. Élève, étudiant
9. Autre

74. Si 'Autre', précisez:

Annexe 4. Entretiens avec les ONG

N°	Nom*	Âge / Sexe	Dép.	Fonction	Études	Expérience prof.	Services / Missions	Durée de l'entretien
1	Lavinia Ghilea Association Sălaj Plus	29/F	Sălaj	Chargé de projets	Information confidentielle	2012	Projets touristiques	30 min
2	Mihai Olenici Apuseni Expérience TO Oradea	44/M	Oradea	Guide d'écotourisme Chef de produits touristiques	Cours guidage d'écotourisme	Conseiller local, 2009	Plate-forme pour la coopération et promouvoir interne (local et national) et international - marketing territorial	1h
3	Alina Pitic Club de Spéléologie Cristal Oradea	36/F	Oradea	Chargé de projets	Faculté de biologie, Université Babes-Bolyai, Cluj-Napoca	Directeur du Site Natura 2000, ancien chef de projets au Parc Naturel Apuseni, 2009-2013	Création des projets touristiques en aires protégées	1h20
4	Paul Iacobas Centre pour les zones protégées et développement durable Bihor	38/H	Oradea	Chargé de projets	Université de Greenwich	2004	Tourisme responsable et écotourisme Aménagements touristiques des grottes (Meziad, Farcu)	40 min
5	Aurelia Dumiter Association pour le tourisme Bihor ADEPT	42/F	Oradea	Manager de projet	Doctorat en géographie, Université d'Oradea, Faculté de Géographie (licence, master)	2012	Promouvoir le département de Sălaj Développement du tourisme par des activités	50 min
6	ONG I love Apuseni	34/M	Cluj	Chargé de projet	Faculté de tourisme, Université Babes Bolyai, Cluj-Napoca	1992	Développement durable territorial Promotion touristique	50 min
7	Cristian Pop Club	39/M	Cluj	Chargé de projet	Faculté de biologie, Université Babes Bolyai	1992	Promouvoir les ressources naturelles d'Apuseni Organiser des camps pour les	30 min

	d'Écologie Transylvanie						jeunes Projets (social, économie, tourisme)	
8	Emil Comsa Antrec Alba	41/M	Alba	Président ONG	Institut Polytechnique, Bucarest	2005	Implémentations des stratégies dans le territoire	40 min
9	Eugen Tepes Centre des créations folkloriques Cluj	37/M	Cluj	Organisateur événements	Faculté d'histoire, Université Babes Bolyai	2010	Organiser des événements culturels, promouvoir le patrimoine	30 min
10	Tudor Salagean Musée de Transylvanie	52/M	Cluj	Directeur du musée	Faculté d'histoire, Université Babes Bolyai	2000-2011 Directeur du musée d'Histoire à Cluj-Napoca, 2011-2014 Directeur du Musée Transylvanie	Promouvoir, organiser des événements	30 min

Annexe 5. Entretiens avec les acteurs du secteur public.

N°	Nom*	Âge / Sexe	Dép.	Fonction	Études	Expérience prof.	Services /Missions	Durée de l'entretien
1	Alin Iuga	36/M	Cluj	Conseiller, maître de conférences Faculté Administration publique	Master Administration public Faculté de droit, Université Babes-Bolyai Cluj-Napoca	13 ans au conseil général, dans l'enseignement supérieur	Relation publique, la gestion des services et de la coordination des relations publiques, la communication et l'image du conseil de Cluj; Développer et mettre en œuvre la stratégie de communication et de l'image publique du Conseil de Cluj	30 min

2	Gogonea Rodica	45/F	Cluj	Chef service public, chef du projet pour OF du conseil général Cluj	Faculté d'Architecture, Faculté Administration publique	2005	Attirer des fonds de l'UE, implémentation des projets	50 min
3	Coman Diana	37/F	Cluj	Chef au service de développement local et régional, tourisme	-	2008	Créations de projets touristiques, création des documents touristiques	30 min
4	Aurelia Dumiter	42/F	Cluj	Conseiller	Doctorat en géographie, Université d'Oradea, Faculté de Géographie (licence, master)	Manager de projets	Création des projets en tourisme	1h
5	Razvan Dumbrava	41/F	Bihor	Conseiller	-	Conseiller-chef pour l'OF du conseil général Bihor	Planification pour les sites protégés en Bihor, promouvoir les sites touristiques	1h
6	Manuela Campan	36/F	Cluj	Chef de département l'office touristique du CG Cluj	Faculté de Filologie, Langue Française, cours manager en tourisme	Manager en tourisme, 2009	Création de projets touristiques, Création des documents touristiques, guidage interne pour la ville Cluj-Napoca	40 min
7	Marius Oprea	29/M	Cluj	Inspecteur principal-chef	Faculté de Géographie et tourisme, Université Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca (licence, master, doctorat)	2011	Promouvoir la ville, alentours, information touristique	30 min
8	Adrian Dubere	25/M	Bihor	Inspecteur principal-chef	Faculté du tourisme, Université d'Oradea	2013	Création des stratégies, promouvoir les sites, potentiel	40 min

							touristique	
9	Roman Codrin	40/ M	Cluj	Chef-service	Faculté de médecine Université Babes Bolyai, Cluj-Napoca , faculté énergie électrique	2003	Balisage, aménagement touristique, secours en montagne, activités touristiques en montagne	1h
10	Nagy Ivan	34/ M	Bihor	Chef-service	Faculté de médecine, Université Babes Bolyai, Cluj-Napoca	1995	Balisage, aménagement touristique, secours en montagne, activités touristiques en montagne	1h
11	Alin Mos	40/ M	Bihor	Directeur	Faculté de Biologie et Environnement Université de Timisoara (1997), Doctorat en écologie et gestion des aires protégées, Université de Bucarest (2001)	2003-2004 Consultant pour des projets internationaux en écologie (Le Centre d'Écologie et Environnement Oradea) 2002-2003 Biologiste (Agence des directions forestières Arad /La direction nationale de la forêt)	Coordination de l'administration du parc, le management des projets internationaux au sein du parc	40 min

Annexe 6. Entrepreneurs

N°	Nom*	Âge/ Sexe	Dép.	Fonction	Études	Expérience prof.	Services	Durée de l'entretien
1	Lupas Ioan	54/M	Sălaj	Administrateur gîte	Lycée	2011	Hébergement	30 min
2	Sergiu	56/M	Sălaj	Administrateur	Lycée	2011	Hébergement	30 min

	Sabau			teur gîte				
3	Vince Andras	53/M	Sălaj	Administra teur gîte	Lycée	2012	Hébergement	30 min
4	Iuliu Fehervari	50/M	Sălaj	Administra teur gîte	Lycée	2014	Hébergement	30 min
5	Avram Ortensia	50/F	Sălaj	Administra teur gîte	Lycée, cours manager en tourisme	2013	Hébergement	30 min
6	Ela Atanasiu	48/F	Cluj	Administra teur chalet	Faculté des sciences économiques Université Babes- Bolyai, Cluj-Napoca, cours manager en tourisme,	2009	Hébergement, organisation des événements et team building : off road, escalade, randonnées guides, spéléologie, balade en charrette, circuits en hélicoptère.	30 min
7	Rosu Maria	45/F	Cluj	Administra teur chalet	Lycée	2014	Hébergement	30 min
8	Ro Tours International srl.	42/M	Cluj	Administra teur motel	Cours manager en tourisme	2009	Hébergement	30 min
9	Mihai Lung	46/M	Cluj	Administra teur gîte	Faculté du tourisme, Université Babes Bolyai Cluj-Napoca, cours manager en tourisme, Université Babes-Bolyai, Cluj- Napoca	2011	Hébergement, teambuilding, activités pour les enfants	30 min
10	Cretu Ana	46/M	Cluj	Administra teur gîte	Cours manager en tourisme	2011	Teambuilding (salle de conférence, hébergement)	30 min
11	Toma Liviu	43/M	Bihor	Administra teur chalet	Faculté de Sciences, cours manager en tourisme	2010	Teambuilding	30 min
12	Mancea Ana	35/F	Bihor	Administra teur gîte	Master en tourisme à Université d'Oradea, cours manager en tourisme	2008	Activités agro-touristiques	40 min
13	Dorin Popa	44/M	Alba	Administra teur chalet	Lycée	2011	Hébergement	30 min
14	Matei Bianca	42/F	Alba	Administ rateur gîte	Lycée	2012	Hébergement	30 min
15	Mocan Ioan	45/ M	Alba	Administ rateur gîte	Lycée	20122	Hébergement	30 min

Guide d'entretien pour les acteurs en Apuseni

Acteurs privés/professionnels et publics

Informations de base (pour toutes les catégories d'acteurs)

Date :
Temps :
Intervieweur :
Interviewé (s) Organisation (s) :
Nom/Prénom/Fonction :
Niveau d'étude :
Genre : M F
Âge :

Orientation pour l'interviewé (pour toutes les catégories d'acteurs)

Introduction sur l'intervieweur

Objectif de la rencontre

L'entretien d'acteur du tourisme est un moyen d'avoir une vision d'ensemble des actions de la communauté locale. La réunion va durer 45 minutes de votre temps, et c'est l'occasion pour nous de vous demander quelques informations sur différents thèmes (le profil de votre association ou département de tourisme, la situation touristique du territoire, des questions sur la coopération d'acteurs et les projets du futur). Le rôle le plus important concerne l'organisation du système d'acteurs et leur collaboration.

Organisation guide d'entretien

Les questions de la première partie de l'interview sont conçues pour avoir des informations de base. Les questions de la deuxième partie de l'entretien sont formulées pour obtenir des informations sur le territoire. Cependant, votre contribution à répondre à autant de questions que possible serait grandement appréciée.

Modalités :

- Enregistrement audio avec l'accord de l'acteur
- Recueil de documents professionnels complémentaires (organigramme, rapport d'activités, projets ou des autres types des documents publics, documents touristiques, etc.)
- Aspects juridiques : autorisation de diffusion l'information

Je vous remercie beaucoup pour votre coopération !

I. Pouvez-vous dans un premier temps, vous présenter en tant que professionnel ?

Repères sur c'est qui est attendu :

- Présentation de la personne (métier, service, rôle, activités)
- Présentation de l'association
- Fonctionnement
- Attributions
- Nombre d'employés
- Diplômes requis / formations suivis
- Ancienneté

II. Selon vous, quelles sont les caractéristiques de votre territoire ?

Repères sur c'est qui est attendu :

- Organisation/implication dans le territoire
- Projets dans le territoire à vocation touristique ou non touristique
- Lieux touristiques

III. Quelles sont vos expériences en matière de collaboration avec ces acteurs ?

Repères sur c'est qui est attendu :

- Mode de fonctionnement : quelle coordination, quelle coopération
- Intérêt
- Inconvénients et/ou limites

IV. Comment la communication se déroule-t-elle dans l'équipe ?

Repères sur ce qui est attendu :

- Organisation des échanges
- Transmission d'informations
- Réunion spécifique, régulière

V. Pouvez-vous nous spécifier avec quel acteur vous travaillez ? (Base d'hébergement, guides, etc.) Avec lequel vous travaillez le plus ?

Repères sur ce qui est attendu :

- Partenaires avec les acteurs
- Leurs profils
- Secteur d'action

Table des matières

<i>Résumé</i>		2
<i>Remerciements</i>		3
<i>Liste des acronymes</i>		9
<i>Liste des illustrations</i>		10
<i>Liste des tableaux</i>		14
INTRODUCTION		16
PREMIÈRE PARTIE APPROCHE CONCEPTUELLE ET PRÉSENTATION DE LA RÉGION APUSENI		35
CHAPITRE I Acteur et système d'acteurs		37
1.3. La notion d'acteur		38
1.1.1. La collaboration d'acteurs		39
1.1.2. La communication d'acteurs		41
1.4. Tourisme comme système ?		41
1.2.1. Le système		43
1.2.2. Différents systèmes dans la littérature		44
1.2.3. Le cluster touristique		45
CHAPITRE II Les stratégies d'acteurs		48
2.1. La politique du tourisme en Roumanie		48
2.2. Les stratégies touristiques		50
2.2.1. La notion de stratégie		50
2.2.2. Les stratégies du Conseil Général		51
CHAPITRE III La région touristique Apuseni		56
3.1. La région, un concept ambigu		56
3.1.1. La notion de région en Roumanie		56
3.1.2. La notion de région en France		58
3.2. La dimension régionale des Monts Apuseni		60
3.2.1. La zone touristique des Monts Pădurea Craiului		61
3.2.2. La zone touristique des Monts Bihor		65
3.2.3. La zone touristique des Monts Trascău		81
3.2.4. La zone touristique des Monts Métallifères		84
3.2.5. La zone touristique des Monts Codru Moma		87
3.3. La population de la région Apuseni		88
DEUXIÈME PARTIE ANALYSE APPLIQUÉE À LA RÉGION APUSENI		94

CHAPITRE IV	Méthodologie de l'enquête	95
	4.1. La méthodologie du questionnaire	98
	4.1.1. La conception du questionnaire	98
	4.1.2. L'échantillon	103
	4.1.3. Les variables	104
	4.1.4. Traitement du questionnaire	105
	4.1.5. Les méthodes appliquées avec le logiciel Sphinx	106
CHAPITRE V	Les pratiques touristiques	107
	5.1. Le profil de touristes	107
	5.2. Les modalités de voyage	117
	5.3. Une pratique dominante par la découverte	124
	5.4. Le mode d'information des touristes	132
	5.5. Les tendances générales des différentes variables	134
TROISIÈME PARTIE	LA GOUVERNANCE DES	138
ACTEURS DANS LA RÉGION APUSENI		
CHAPITRE VI	La méthodologie de l'entretien	139
	6.1. L'entretien	139
	6.2. Le guide de l'entretien	141
	6.3. L'analyse des entretiens	141
CHAPITRE VII	Qui sont les acteurs du tourisme de l'espace local ?	143
	7.1. L'inventaire des acteurs en Roumanie	143
	7.2. Acteurs institutionnels au niveau national	147
	7.3. Au niveau régional, les régions du développement	151
	7.4. Au niveau départemental	152
	7.4.1. Le conseil général	153
	7.4.2. La mairie	155
	7.5. Au niveau local	155
	7.5.1. Le Groupe d'Action Local	156
	7.5.2. La société civile	159
	7.5.3. La communauté scientifique	171
	7.6. Les acteurs institutionnels du tourisme	172
	7.6.1. Les centres d'information et de promotion du tourisme	172
	7.7. Les acteurs entrepreneurs	177
	7.7.1. Les tour-opérateurs	178
	7.7.2. Les acteurs de l'hébergement	180
	7.7.3. Les acteurs de transport	182

CHAPITRE VIII	Une région gouvernée par les acteurs	185
	?	
	8.1. Atomisation d'acteurs entrepreneurs	185
	8.2. Les pouvoirs publics	186
	8.3. Le système d'acteurs	187
	8.4. L'analyse des entretiens	187
CONCLUSIONS		193
BIBLIOGRAPHIE GÉNÉRALE		196
ANNEXES		205
Table de matières		232

Thèse de Doctorat

Mariana Andreea CHINDRIȘ

Espace local et acteurs du tourisme dans le développement territorial et touristique. Le cas de la région Apuseni, Roumanie Occidentale

Local space and tourism stakeholders in the territorial tourism development. Study case, Apuseni region, Western Romania.

Résumé

Cette thèse intitulée « *Espace local et acteurs du tourisme dans le développement territorial et touristique* » s'inscrit dans le domaine de la géographie humaine.

Le tourisme dans les Monts Apuseni devrait idéalement se concrétiser par la valorisation du cadre naturel et culturel, mais aussi s'insérer dans un espace dynamique où les acteurs locaux jouent un rôle important. Les divers acteurs du développement local sont en interdépendance prononcée dans ce contexte, car le tourisme agit sur la transformation des sites touristiques, avec une contribution évidente à l'économie locale et au-delà. Ce phénomène ne peut pas se limiter aux activités des touristes, par leur simple présence dans une ville ou dans un lieu touristique. Il est important de voir si le lieu atteste une continuité de leur présence, mais également s'il existe une organisation dynamique, de rentabilité de l'offre et de la demande touristique. La nécessité d'étudier la relation entre les acteurs, leurs pratiques au sein d'un territoire, en interaction avec le tourisme découle, notamment, du fait que les résultats pourraient être utilisés pour le développement local afin de concevoir des stratégies pour développer le tourisme. Un territoire n'est pas seulement touristique, c'est un espace où les acteurs interviennent. La question principale de la recherche est d'identifier comment les acteurs peuvent travailler ensemble pour créer de la richesse touristique ? Notre sujet n'est que peu abordé dans la littérature spécialisée roumaine.

À l'aide d'une méthode à la fois qualitative (entretiens) et quantitative (questionnaires) nous avons localisé et analysé plusieurs acteurs du tourisme du secteur public et privé. Le tourisme est étroitement lié aux acteurs à trois niveaux : national, régional et local ; étant donné que l'État et les établissements privés ont un rôle important à jouer en appliquant une stratégie bénéfique de développement territorial. Néanmoins l'acteur le plus important est principalement le touriste lui-même.

Les résultats montrent une grande capacité des divers acteurs à travailler ensemble, dans le territoire, pour soutenir en partenariat des projets conjoints visant à promouvoir une image positive du tourisme dans la région Apuseni, Roumanie. L'analyse des acteurs implique à la fois une localisation géographique et leur identification sur le territoire afin d'établir leur rôle, le degré et le mode de mise en réseau, ainsi que les initiatives entreprises par eux. Nous avons constaté que le secteur privé est plus actif que le secteur public et qu'il y a un manque de collaboration entre ces acteurs et que chaque acteur agit différemment dans le pays. Nous proposons de construire un système d'acteurs du tourisme autour de ces notions.

Mots-clés : région, acteurs, développement territorial, stratégies, Apuseni.

Abstract

This thesis entitled « *Local space and tourism stakeholders in the territorial tourism development* » aims to analyze the human geography domain. Tourism in the Apuseni region should ideally be achieved through enhancement of natural and cultural environment, but also as a dynamic space for local stakeholders. The various local development stakeholders are interdependent imposed in this context, because tourism acts on the transformation of tourist sites with obvious contribution towards the local economy and beyond.

The need to study the relationship between the stakeholders, their practices within a territory in interaction with tourism, emerges particularly because the results could be used for local development to design strategies for the development of tourism. The main research question is how the stakeholders can work together to create tourism richness. Our subject is only slightly tackled in the Romanian literature.

Using a method that is both qualitative (interviews) and quantitative (questionnaires) we located and analyzed several tourism stakeholders from the public and private sector. Tourism is closely related to those involved on three levels: national, regional and local - as government and private institutions have an important role to play in applying a beneficial strategy of territorial development. However, the most important actor is still the tourist himself.

The results show a high capacity of various stakeholders to work together in the area to sustain collaborative projects in partnership to promote a positive image of tourism in the Apuseni region, Romania. Stakeholder analysis involves both a geographical location and an identification in the territory in order to establish their role, the degree and mode of networking, as well as strategies undertaken by them. We noted that the private sector is more active than the public sector. There is a lack of collaboration between these stakeholders and each one acts differently in the territory. We suggest to build a tourism stakeholders system around these two concepts.

Key words: region, stakeholders, territorial development, strategies, Apuseni.