

# Une enquête touristique sur le littoral roumain de la Mer Noire

Corneliu IATU\*, Mihai BULAI\*\*

**Résumé :** Le littoral roumain, ancien pôle d'attraction des touristes scandinaves, rencontre des problèmes particuliers à se positionner dans le contexte régional de la Mer Noire. En dépit du retard dans la modernisation des structures touristiques, durant les mois de juillet et août la côte enregistre une forte fréquentation de touristes. L'objet de l'enquête est de mieux comprendre les raisons du

choix des touristes qui viennent sur le littoral roumain et d'identifier les problèmes majeurs du tourisme littoral en Roumanie.

**Mots-clés :** littoral roumain, tourisme, Roumanie, Mer Noire, enquête qualitative

\*\*\*

## *A tourist survey on the Romanian seaside*

**Abstract:** The Romanian seaside, a magnet for Scandinavian tourists in the past, encounters nowadays

difficulties in finding its own place in the regional context of the Black Sea. Despite stagnation in modernising tourism structures, during the months of July and August the coast is full of

---

\* Professeur au Département de Géographie de l'Université "Al.I.Cuza" de Iasi (Roumanie) – corneliu\_iatu@yahoo.fr

\*\* Doctorant au Département de Géographie de l'Université "Al.I.Cuza" de Iasi (Roumanie) - mihaibulai@yahoo.com

tourists. The main focus of this survey is to identify the reasons of the tourist choices and the main issues in Romanian coastal tourism.

**Keywords:** Romanian seaside, tourism, Romania, Black Sea, qualitative survey

\*\*\*

### Introduction

Le tourisme en Roumanie et le littoral roumain détiennent un potentiel immense, à ce jour très peu valorisé. Par rapport au reste de l'économie, le tourisme roumain est jugé comme le secteur très prometteur mais sous-développé. La concurrence de la Bulgarie, surtout en matière de tourisme littoral, alourdit la relance du tourisme. Tous les essais du gouvernement ont manqué de clarté, de vision et en conséquence, d'impact positif. L'une des mesures d'un impact négatif qui ont fondamentalement frappé le tourisme roumain d'après 1990, a été la *location de gestion*. L'Etat a confié la gestion des hôtels à des entrepreneurs sans obligation de les restaurer ou de les moderniser. Les entrepreneurs privilégient la rentabilité à court terme et ne s'engagent pas dans des investissements structurants. Parmi les secteurs de l'économie où ce dispositif a été mis en œuvre, le secteur du tourisme a particulièrement été impacté par ces choix de gestion de l'initiative privée. Les caractéristiques de l'offre actuelle des hébergements résultent de ces choix. D'autre part, cette initiative privée a été profondément touchée par la concurrence des bas prix des loueurs en gestion hôtelière.

Le secteur privé s'est développé assez tard et d'une manière anarchique sur le littoral de la Mer Noire. En même temps, les grands tour-opérateurs ont tardé à s'installer en Roumanie et de fait, la visibilité du littoral pour la clientèle étrangère apparaît réduite.

Le littoral roumain est sous l'impact d'un tourisme de masse. Les stations touristiques enregistrent durant les périodes d'été une forte fréquentation. Sans une concurrence réelle sur le plan national, les patrons du tourisme littoral ont retardé les investissements ou n'ont pas eu la capacité financière de soutenir les investissements. Sur les 72 kms de plages avec un sable fin de littoral roumain du total de 245 km, les stations touristiques bordent la Mer Noire comme une guirlande dans la partie sud du littoral.

Pour appréhender les problèmes du tourisme littoral roumain, on a effectué une enquête auprès des touristes de la station touristique *Eforie Nord*, l'une des plus

anciennes du littoral roumain. Les difficultés de l'enquête ont été nombreuses, les potentiels répondants n'étant pas tous d'accord à répondre à nos questions. Toutefois, le volume de données collectées nous permet d'avoir une image assez fidèle sur la problématique.

Le questionnaire proposé contient 25 questions. Il s'agit de questions traitant du choix entre le littoral roumain et les littoraux étrangers pour déceler finalement le type du touriste et ses habitudes.

Le mode de passation adopté a été le face à face. En questionnant directement les touristes et cochant les réponses sur place, le taux de non réponse se réduit (Stafford, 1996). Le questionnaire cherche à répondre à la question suivante : *pourquoi en dépit d'une image négative véhiculée par les medias, le littoral roumain reste fortement fréquenté ?* L'enquête s'est passée durant l'été 2009 (au mois de juillet) auprès des touristes fréquentant la ville littorale Eforie Nord, l'une des principales villes touristiques roumaines.

#### **La station touristique d'Eforie Nord**

Les stations touristiques du littoral roumain sont apparues dans la configuration actuelle suite à un grand projet des années 60-70, en collaboration avec l'Organisation Mondiale du Tourisme. Après quelques décennies, ces stations ont été partiellement affectées par un déficit d'investissements, de stratégie et par une forte concurrence du littoral bulgare, beaucoup plus ouvert à la privatisation et aux investissements étrangers.

Eforie Nord est la deuxième grande station touristique du littoral roumain, ses origines étant relativement récentes : 1894. Elle est située à 14 km sud de la ville de Constanta (le plus grand port roumain de la Mer Noire) et à une altitude de 20 m. La position entre le lac de Tekirghiol et la Mer Noire dans un cadre naturel d'exception est favorable à l'accessibilité touristique. La population de la ville est autour de 10.000 habitants, la station touristique Eforie Nord étant une partie de la ville d'Eforie (Eforie Sud représente l'autre partie).

Eforie Nord est une station balnéaire (en roumain *balneo-climatică*) permanente, avec des plages de 4 km de longueur. Le voisinage du lac Tekirghiol est un autre atout puisque l'apparition de la station touristique Eforie Nord est la résultante des premiers *bains froids* qui utilisaient la boue pour les traitements ; le lac de

Tekirghiol ayant une boue sapropélique<sup>1</sup> sur le fond (étant reconnu comme ayant les meilleures propriétés thérapeutiques en Europe) et une eau salée (le lac Tekirghiol, fortement hypertonique, a une concentration de 6 fois plus salée -80 g sels minéraux par litre- que l'eau de la Mer Noire).

### **Objet et contexte de l'enquête**

Le littoral roumain connaît une situation paradoxale. Chaque été, *mass média* et les spécialistes en tourisme présentent les problèmes du tourisme roumain, en focalisant sur le tourisme estival du littoral. En dépit de ce discours produisant une image négative, la fréquentation de ce littoral affiche de fortes fréquentations en juillet et août.

Notre recherche se propose d'identifier ces problèmes et de distinguer les choix des touristes, leurs motivations et construire la figure type du touriste qui fréquente le littoral roumain.

Les objectifs de cette enquête ont été d'identifier :

- le choix des touristes entre le littoral roumain et étranger ;
- les motifs du choix du littoral ;
- les déterminants négatifs pour le tourisme sur le littoral roumain ;
- la qualité des services ;
- la durée du séjour ;
- le niveau des dépenses potentielles dans les séjours sur le littoral roumain ;
- les stations touristiques préférées ;
- la période de l'année pour le séjour ;
- les données socio-démographiques des sondés (âge, sexe, niveau du revenu, niveau des études) ;
- une typologie du touriste roumain qui fréquente le littoral.

### **Observations sur les résultats de l'enquête**

L'enquête a été menée dans la période 1 au 5 juillet 2009 auprès de 434 interviewés de la station touristique d'Eforie Nord. La collecte s'est effectuée auprès des touristes de fins de semaine et auprès des longs et moyens séjours. Les touristes ont du répondre à 25 questions diverses. Les premières questions ont visé d'apprendre le profil du touriste (âge, sexe, le revenu, le niveau de scolarité) et les

---

<sup>1</sup> La boue sapropélique du lac de Tekirghiol est riche en minéraux et en colloïds organiques, enzymes, avec une très grande capacité thermopexique.

suivantes ont eu le but de déterminer les problèmes essentielles du tourisme roumain.

Les tranches d'âge des sondés sont les suivantes :

Catégorie d'âge	Poids (%)
sous 20 ans	9.2
20-24 ans	30.4
25-29 ans	18.4
30-34 ans	9.2
35-39 ans	7.8
40-44 ans	9.2
45-49 ans	7.4
50-54 ans	1.8
plus de 55 ans	4.1
Pas déclarés	2.3
Total	100

**Tableau 1 :** *Poids des catégories d'âge des personnes participantes à l'enquête*

La catégorie d'âge 20-29 ans représente la moitié des interviewés (tableau 1), illustrant prégnance des jeunes comme les plus ouverts vers le tourisme littoral. La structure par sexe (tableau 2) est équilibrée, excluant le taux de non réponses.

Le niveau des revenus mensuels (tableau 3) reflète le fait que le touriste de la station d'Eforie Nord est plutôt de la catégorie des bas revenus<sup>2</sup> (1000 RON = 240€), corrélée avec le niveau de classification des unités d'hébergement choisi (tableau 12). Par rapport au niveau des revenus, Eforie Nord est une station populaire.

Sexe	Poids (%)
Masculin	50.2
Féminin	49.8

**Tableau 2 :** *Structure des interviewés par sexe*

Catégorie de revenu	Poids (%)
---------------------	-----------

<sup>2</sup> Le salaire moyen net en Roumanie en 2009 est de 1400 RON (330€).

Sous 1000 RON	27.2
1000-1500 RON	25.8
1501-2000 RON	19.8
2001-2500 RON	13.4
2501-3000 RON	5.1
plus de 3000 RON	6.9

**Tableau 3 :** Répartition par catégorie de revenu

Le niveau d'études (tableau 4) atteste le fait que les personnes instruites (les études supérieures sont majoritaires) sont prépondérantes. Jusqu'en 1989, la proportion des ouvriers était assez forte, le patrimoine syndical étant important dans la station. Ce patrimoine a souffert des changements de propriétaires et sur le fond de la réorganisation industrielle après 1990, la part des ouvriers syndicalistes a baissé dans la population roumaine.

La planification du voyage (tableau 5) présente des caractéristiques particulières. L'incertitude mais aussi la spontanéité fonctionne, un quart des touristes témoigne qu'il n'y a pas eu de planification des vacances sur le littoral roumain. Ce mode de consommation s'explique par la présence majoritaire des jeunes et par la disponibilité des unités d'hébergement en places libres. Il faut ainsi noter le fait que plus de 70% planifient le voyage moins d'un mois avant le départ. Cette pratique altère la capacité des investisseurs et gérants touristiques à anticiper les flux et l'approvisionnement en produits spécifiques. Cela est aussi maintenu par le manque d'un contrat préalable entre le touriste et la structure d'accueil, avec des responsabilités et contraintes des deux parties. La plupart de ces structures ne prévoient pas de système obligatoire de réservation directe par carte bleue. La pratique de la réservation par téléphone, qui n'est jamais sûre, alimente une forme de méfiance réciproque entre touriste et structures d'accueil. Seules les transactions réalisées par les tours- opérateurs (20% du volume des transactions) bénéficient de pré réservation. En revanche, celles-ci offrent souvent des produits touristiques qu'elles ne connaissent pas directement et en conséquence ne peuvent pas être garants de la qualité des produits et services vendus. La connaissance de l'offre de ces intermédiaires se construit par le bouche à oreille auprès des autres agences et par les sites sur internet.

Niveau d'études	Poids (%)
Ecole primaire (4 années d'études)	0.5
Ecole générale (8 années d'études)	3.2
Lycée	42.9
Faculté	45.6
Etudes postuniversitaires	6.5

**Tableau 4 :** *Le niveau d'études des personnes répondantes*

Planification du voyage	Poids (%)
3 mois ou plus	12.0
2 mois	15.7
1 mois	22.6
1-3 semaines	23.0
Pas de planification	23.5
autre	0.9

**Tableau 5 :** *Le temps en avance pour planifier le voyage*

Quant à la période de séjour visée, les mois préférés pour le séjour sont juillet et août (tableau 6), les conditions climatiques et la période des congés justifiant ce choix. De plus en plus, il y a une tendance d'extension vers les mois de juin et septembre, le gouvernement essayant d'inciter les touristes par l'intermédiaire des programmes de séjourner au dehors les mois de juillet et août. Dans ce sens, plusieurs actions du type « Une semaine à la mer » (1-30 septembre) ont été initiées, le prix d'une semaine étant l'équivalent d'un seul jour en haute saison. Le succès de cette action est aussi conditionné par le climat, le mois de septembre étant capricieux dans certaines années. Le but de cette extension est clair : une extension de la saison touristique et l'implication d'un nombre plus important d'hôteliers. Mais la lutte contre la saisonnalité ne peut avoir lieu sans une stratégie solide.

Parmi les moyens de transport utilisés pour arriver au littoral (tableau 7), la dominance du transport routier est nette, suivi par le transport ferroviaire. L'utilisation de la voiture signifie l'indépendance et l'arrivée des touristes en petit groupe (famille, amis). Les stations touristiques ont du mal à faire face au nombre croissant des voitures, la planification des années '60-'70 n'ayant pas anticipé cette évolution. Le choix ferroviaire est aussi important parce que pendant l'été le SNCFR augmente le nombre des trains vers le littoral.

Mois	Poids (%)
Mai	0.9
juin	16.1
juillet	44.7
août	48.8
septembre	11.1
autre	1.4

**Tableau 6 :** *Les mois préférés pour le séjour sur le littoral roumain*

Moyens de transport	Poids (%)
Routier	56.2
Ferroviaire	35.9
Aérien	10.1
Naval	4.6

**Tableau 7 :** *Les moyens de transport utilisés pour arriver sur le littoral roumain*

L'utilisation de l'Internet pour le choix de la destination, la comparaison des options proposées, l'accès aux forums de discussions pour connaître les avis des consommateurs traduit la « modernisation » du touriste devenu consommateur entrepreneur. Le poids relativement important des agences de tourisme est justifié par les prix intéressants offerts par celles-ci. La publicité ne joue pas un rôle majeur, ce qui s'explique par le fait que le tourisme littoral n'a pas besoin de promotion, les cohortes des touristes estivaux annulant presque totalement la publicité. Dans les dernières années, le rôle de la publicité est devenu plus important devant la concurrence du littoral bulgare et des choix multiples à l'étranger. L'information orale fonctionne encore très bien (des amis, de la famille) dans le choix de la destination. Le choix « propre expérience » montre le fait qu'au moins un cinquième des touristes ont déjà eu un contact avec les lieux. Les facteurs mobilisateurs dans le choix du littoral expriment surtout un désir des touristes. Le plus grand poids revient à la qualité des services, suivi par le prix (tableau 9). Surprenant reste le taux de non réponses à cette question (20,28 %) et l'importance infime accordée aux loisirs (3,7 %). Cela reflète le fait que le tourisme au littoral est plutôt une question culturelle, une habitude, un « devoir » social qu'une provocation, une rupture du quotidien. Ces réponses cachent le fait que les touristes préfèrent le littoral roumain n'ont pas de



Une enquête touristique sur le littoral roumain de la Mer Noire 121

comparaison à l'étranger et sont monopolisés par la question de la qualité des services et le prix et dans une moindre mesure par la quête des activités de loisirs. Tout de même, il faut « lire » ici aussi une tendance des répondants à confondre « facteur » et « critère ». Le fait que la qualité des services ou le prix soient identifiées comme les « facteurs » mobilisateurs indique que la recherche du rapport qualité/prix est centrale.

<b>Choix de la destination estivale par :</b>	<b>Poids (%)</b>
Agences de tourisme	20.3
Journaux, revues, publications	6.0
Internet	41.5
TV	11.5
Famille	14.7
Amis, connaissances	19.4
Propre expérience	17.1
Autre	2.8

**Tableau 8 :** *La modalité des choix de la destination estivale*

<b>Facteurs</b>	<b>Poids (%)</b>
paysage	4.61
accessibilité - distance	4.61
qualité des services	21.20
météo	7.83
saison	2.30
divertissement	5.53
prix	17.97
agglomération	1.38
loisir	3.69
propreté	4.61
tranquillité	2.76
confort	1.84
non répondants	20.28
autres	1.38

**Tableau 9 :** *Les facteurs déterminants dans le choix du littoral*

Le littoral reste la destination prioritaire pour le tourisme en groupe (famille, amis), argumentée par le moyen de transport utilisé et par l'attention moins importante accordée aux loisirs.

Le type d'hébergements (tableau 11) montre la diversification manifestée après 1990. Avant, les hôtels étaient dominants. On observe la première position gardée par les hôtels mais leur poids ne dépasse plus 50 %. L'importance des villas touristiques et des gîtes (*pensiune* en roumain) montre l'implication du secteur privé dans la structure des l'hébergements, l'offre étant plus diversifiée qu'avant.

Manière de voyager	Poids (%)
Seul	3.2
Avec la famille	37.8
En groupe (amis, collègues)	58.1
Autre	0.9

**Tableau 10** : *La manière de voyager*

L'hébergement choisi	Poids (%)
Hôtel	32.3
Villa touristique	26.3
Pension	31.8
Camping	13.8
autre	2.8

**Tableau 11** : *Les types d'hébergement choisis*

En fonction de la classification, la dominance des 3 étoiles est presque normale et l'on constate un glissement tendancier vers les classes supérieures (de luxe). Le poids faible des structures à 1 étoile s'explique aussi par le nombre réduit des unités d'hébergements qui ont été classifiées dans cette catégorie.

Le choix de la restauration (tableau 13) indique d'une part la diversité des choix touristiques et d'autre part une mauvaise adaptation ou intégration des unités d'hébergement avec la restauration. Le système *all inclusive* bloque la mobilité des touristes. En outre, les activités de loisirs comprises ne sont pas au même niveau que celles offertes par les structures d'accueil des stations touristiques du littoral turc ou grec par exemple.

Une enquête touristique sur le littoral roumain de la Mer Noire 123

Niveau de classification	Poids (%)
1 étoile	2.3
2 étoiles	21.7
3 étoiles	50.7
4 étoiles	20.7
5 étoiles	8.3

**Tableau 12 :** *L'hébergement d'après le niveau de classification*

Types de restauration	Poids (%)
seulement petit déjeuner	14.7
demi-pension	14.3
3 repas inclus	25.3
all inclusive	21.7
aucun repas	23.5

**Tableau 13 :** *Les choix de restauration*

L'ouverture de la Roumanie d'après 1990 se reflète dans le poids des touristes qui ont voyagé à l'étranger (tableau 14).

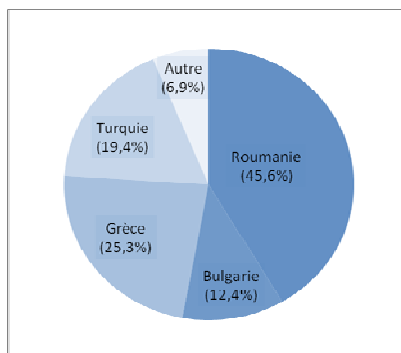
Voyages effectués	Poids (%)
Seulement en Roumanie	48.8
En Roumanie et a l'étranger	42.4
Seulement a l'étranger	4.6
Ni en Roumanie ni a l'étranger	3.7

**Tableau 14 :** *Le type des voyages effectués*

Le littoral préféré	Poids (%)
Roumanie	56.2
Etranger	41.5

**Tableau 15 :** *Le choix du littoral préféré*

Le pays choisi pour le tourisme montre un tourisme d'abord national. Les touristes roumains choisissent les littoraux étrangers pour la qualité des services, c'est-à-dire le principal problème de l'offre littorale roumaine (tableau 17). En deuxième position se place la beauté des paysages, une question reliée à l'exotisme, à la découverte – question essentielle de la mobilité. En troisième position se trouve le prix.



**Tableau 16 :** *Le choix des touristes roumains par pays*

Motifs	Poids (%)
Qualité des services	28.6
Soleil et mer	7.8
Santé	2.3
Beauté des paysages	18.9
Divertissement	6.9
Moins cher	9.7
Nouveauté, variété	5.1
La mode	4.1
Attractions touristiques	6.0
Loisirs	2.3

Une enquête touristique sur le littoral roumain de la Mer Noire 125

Autres	3.2
Non réponses	5.1

**Tableau 17 :** *Les motifs pour lesquels les touristes roumains préfèrent le littoral étranger*

Le mise en regard du tableau 17 « Les motifs pour lesquels les touristes roumains préfèrent le littoral étranger » et du tableau 18 « Les motifs pour lesquels les touristes roumaines » indique que le choix du littoral roumain répond à des motivations particulières. En premier rang c'est le prix et en deuxième rang c'est le soleil et la mer. Seulement en troisième position c'est le divertissement. D'un poids non négligeable c'est l'habitude, attitude qui peut expliquer pourquoi les touristes roumains se déplacent quand même dans un nombre important. Le choix « soleil et mer » (15%) en opposition au choix « loisir » (1.4%) vient renforcer cette idée d'habitude que le touriste roumain se fait des vacances en Mer Noire.

La question du mécontentement des touristes renforce le motif pour lequel les touristes roumains choisissent le littoral étranger : la qualité des services. Un deuxième motif, la saleté, est en quelque sorte lié au premier mais aussi à la salubrité des plages. En troisième position se place le problème des prix pratiqués. Les trois problèmes, encore une fois réitérés, donnent finalement l'image éloquente du tourisme et les points où il faut agir.

Motifs du choix du littoral roumain	Poids (%)
Qualité des services	1.8
Soleil et mer	14.7
Santé	7.4
Beauté des paysages	9.2
Divertissement	12.9
Moins cher	20.3
Habitude	10.6
Commodité (confort)	5.1
Sentiment national	5.5
Loisir	1.4
Autres	2.8
Non réponses	8.3

**Tableau 18 :** *Les motifs pour lesquels les touristes roumaines préfèrent le littoral roumain*

Motifs des mécontentements	Poids (%)
Trop cher	23.5
Sale	33.6
Trop du monde	22.1
Faible qualité des services	36.9
Manque d'activités	10.1
Autres	5.1

**Tableau 19 :** Poids des mécontentements des touristes concernant le littoral roumain

La qualité des services (tableau 20) est considérée moyenne et plutôt dirigée vers le bas (44% considèrent la qualité en dessous de la moyenne, contre 13% qui la voient en dessus de la moyenne). La question apporte encore une fois la confirmation du grand problème qui est la qualité des services.

La durée du séjour (tableau 21) met en évidence la dominance du séjour de 5-7 nuits, suivi par celui de 3-4 nuits, la moyenne se plaçant autour de 5-6 nuitées. Ces préférences sont justifiées par la faible qualité des services, les prix élevés et les opportunités de faire du tourisme dans d'autres régions.

Niveau qualitatif	Poids (%)
1	17.5
2	27.6
3	40.1
4	13.8
5	0.5

**Tableau 20 :** La qualité des services sur le littoral roumain (de 1 – faible à 5 – excellent)

Durée du séjour	Poids (%)
1-2 nuits	7.8
3-4 nuits	24.0
5-7 nuits	39.2
8-10 nuits	16.1
Plus de 10 nuits	12.0

**Tableau 21 :** La durée du séjour sur le littoral roumain

Une enquête touristique sur le littoral roumain de la Mer Noire 127

Les activités de loisirs (tableau 22) préférées par les touristes s'inclinent vers la spécificité marine: promenade sur la mer en bateau ou barques. Le littoral roumain est déficitaire de ce point de vue, le seul port touristique aménagé étant à Eforie Nord. Les positions suivantes sont opposables entre les activités de loisirs dans la station et les activités de loisirs qui supposent le déplacement en dehors de la station. Aussi, à ce niveau il y a encore un marché à prendre. L'offre d'activités de loisirs sur tout le littoral roumain reste pauvre. Seule la station de Mamaia, proche de la grande ville de Constanța (env. 320.000 hab), bénéficie d'une activité annuelle. La somme prête à être dépensée pour un séjour (tableau 23) est relativement liée au niveau économique de chaque touriste. Le plus important poids correspond à ceux gagnant moins de 1000 Ron (240€), environ (47% et ces montants sont en directe liaison avec le niveau des revenus des touristes). En même temps ce rapport direct nous indique le fait que les touristes sont prêts à dépenser au moins un salaire mensuel pour un séjour de 5-6 jours en moyenne.

Activités de loisir préférées	Poids (%)
Promenades, excursions, randonnées	32.3
Promenades en barque ou navire	37.3
Activités culturelles et artistiques	12.9
Activités sportives (tennis, football, sports nautiques, etc.)	17.1
Activités de relax et divertissement (discothèque, piscine, Spa, etc.)	33.2
Jeux et concours	5.1
Parques de divertissement	17.1
Autre	5.1

**Tableau 22 :** Les activités de loisir préférées sur le littoral roumain

Question	Poids (%)
Sous 500 RON	9.2
500-1000 RON	37.8
1001-1500 RON	24.4
1501-2000 RON	21.2
plus de 2000 RON	6.9

**Tableau 23 :** La somme prête à être dépensée par chaque touriste

La station la plus citée est Mamaia, suivie par Eforie Nord et ensuite Costinesti. Ce classement reflète le niveau qualitatif des services mais aussi les spécificités des stations (Eforie Nord – familles et jeunes couples ; Costinesti – station exclusive de la jeunesse). La question finale mesure l'intention de revenir sur le littoral roumain des sondés. Une certaine cyclicité annuelle et une habitude est observable chez les touristes interviewés. Plus de 40 % ont répondu positivement. L'incertitude (20%) représente un poids assez important. Il convient de noter qu'aucun touriste n'a affirmé de ne plus jamais vouloir revenir. Ceci renforce l'idée centrale d'un tourisme littoral proche géographiquement qui facilite la consommation.

Question	Poids (%)
Mamaia	34.1
Eforie Nord	26.7
Eforie Sud	9.2
Costinesti	25.8
Neptun-Olimp	12.9
Jupiter	1.8
Venus	0.9
Saturn	0.5
Mangalia	7.4
Vama Veche	7.4
Autre	0.9

**Tableau 24 :** Répartition des votes pour la station préférée

Question	Poids (%)
Je reviendrai cette année	18.9
Je reviendrai chaque année	40.1
Je ne reviendrai pas cette année	18.4
Je ne reviendrai jamais	0.0
Je ne sais pas	20.3

**Tableau 25 :** Les réponses concernant l'intention de revenir sur le littoral roumain



### **Causes diagnostiques du tourisme littoral**

L'étude révèle les principaux problèmes de la zone d'étude : des conditions non adéquates d'exploitation des structures touristiques, la qualité des services touristiques, les programmes de loisir insuffisants, les réseaux des structures touristiques d'hébergement et de restauration mal adaptées aux flux touristiques, une saison estivale touristique trop courte (2-3 mois), etc. Cela est aussi alimenté par l'utilisation d'une main d'œuvre saisonnière, avec peu d'expérience en tourisme, intéressée au profit à court terme et qualifiée sur place, au fur et à mesure, vu la période trop courte pour investir dans des actions de formations professionnalisantes du personnel.

Le tourisme littoral roumain est comme un malade qui attend le traitement, mais le docteur hésite d'appliquer le traitement pour différentes raisons. La demande touristique reste forte malgré la qualité des services offerts et devant cette demande, les investisseurs hésitent à s'adapter aux standards internationaux. Les touristes roumains doivent être plus éduqués, plus responsables et devant un choix considérable à l'étranger, choisir la meilleure option et ne pas bâtir leur mode de consommation sur un renouvellement systématique des choix antérieurs.

### **Conclusion**

Le tourisme du littoral roumain a souffert beaucoup de transformations durant les 20 dernières années. La transition d'un système centralisé, spécifique aux régimes communistes, vers un système libéral (après 1990) caractérisé par de multiples incertitudes, a profondément frappé le tourisme littoral qui présente déjà une grande fragilité reliée à la saisonnalité du secteur. La *location de gestion* n'a fait que créer des décalages dans la concurrence réelle entre les acteurs privés qui auraient pu aboutir à une amélioration des services.

Quoique techniquement on ne parle presque plus de transition en Roumanie depuis l'adhésion à l'Union Européenne en 2007, l'état « transitoire » se ressent encore au niveau de l'ensemble de « relations et phénomènes » (Pearce) générés par le tourisme. Les relations touriste-offre touristique sont encore fondées sur la méfiance, sur le manque de confiance, sur le manque d'anticipation et de compréhension du rôle de chacun dans le fonctionnement d'un système économique compétitif. Le touriste estival qui fréquente le littoral est dans une posture temporaire, pour des besoins temporaires, nourris par l'habitude, accueilli par des employés qui occupent leur emploi depuis moins d'un mois en moyenne, n'ayant

peu de contacts avec la population locale et tout cela sous le signe de l'incertitude climatique.

On se demande, dans ce contexte si le manque de demande consistante d'activités de loisir n'est pas directement lié au manque d'offre de loisir, surtout des activités comprises dans les forfaits touristiques, qui ne suppose pas une extension importante du budget prévu. Un programme réel d'extension de la haute saison (gagner les mois de juin et de septembre et même le début du mois de mai) doit prendre en considération une offre solide et très diversifiée de loisirs alternatifs, surtout du loisirs *indoors*, insensible aux caprices climatiques ainsi qu'une coopération entre les acteurs privés afin de construire une offre commune de loisir, accessible, en concordance avec les tendances actuelles au niveau européen.

### **Bibliographie**

- STAFFORD J., 1996, *La recherche touristique : introduction à la recherche quantitative par questionnaire*, Presses de l'Université de Québec, Sainte-Foy.
- PEARCE D., (dir.), 1993, *Géographie du tourisme*. Paris, Nathan Université.