



Analyse

VOYAGER AUTREMENT DANS LES DESTINATIONS NORDIQUES

Rédigée par Kate Germain

D'un réseau de fermes en Islande aux rorbus en Norvège, les lieux inédits révèlent l'histoire et la culture d'une région d'accueil et alimentent l'imaginaire du voyageur. L'hébergement constitue une composante majeure de l'expérience. Qu'ils soient seuls ou en réseaux, certains propriétaires l'ont compris et structurent leur offre pour satisfaire le touriste en quête d'authenticité, ou plutôt d'excentricité.

D'une ferme à l'autre en Islande



Icelandic Farm Holidays, une association formée de près de 180 propriétaires fermiers, propose 4800 lits répartis en Islande, à la limite du cercle arctique. Selon le type d'établissement, de 4 à 150 personnes sont accueillies directement chez l'habitant ou dans un petit hôtel (*guesthouse*), une maisonnette, un appartement ou un hôtel champêtre. En plus de la vente d'hébergement, l'association peut offrir un séjour complet grâce à sa licence de voyageur. Les activités, telles que la pêche, la randonnée à cheval et la plongée en apnée, et les forfaits sont offerts de manière organisée ou autonome. Icelandic Farm Holidays est certifiée par le programme EarthCheck.

Il est facile de planifier des circuits semi-organisés en automobile à partir du site Internet de l'Association. D'une durée de 3 à 13 jours, 14 circuits thématiques sont offerts en été et 11 en hiver, dont l'*Express Self-drive*, qui constitue un grand tour en une semaine. Les circuits s'adressent aux couples, aux familles comme aux aventuriers.



EXPRESS SELF-DRIVE
*Best seller
Duration: 6 days / 5 nights
Distance: 1450 km approx
Price from: 315 € per/pers



Source: <http://www.farmholidays.is>

Le ministère du Tourisme du Québec, en collaboration avec le Réseau de veille en tourisme de la Chaire de tourisme Transat, produit cette analyse sur le tourisme nordique pour soutenir la mise en œuvre de la Stratégie touristique québécoise au nord du 49^e parallèle. L'analyse vise à informer l'ensemble des partenaires interpellés par cette stratégie de l'évolution du tourisme nordique et polaire dans le monde ainsi que des tendances et des innovations en matière de produits, de services et de marketing par rapport à cette forme de tourisme.

Par exemple, l'itinéraire *Free as a bird* inclut une nuit à Reykjavik, la capitale de l'Islande, et 3 certificats au choix dans les établissements d'hébergement membres. Des tours guidés, des circuits thématiques ponctuels (p. ex., Noël en campagne, aurore boréale) et spécialisés pour les amateurs d'ornithologie font aussi partie des offres.

Le site promotionnel de l'organisation comprend des informations présentées de manière simple et conviviale, ce qui permet au voyageur de bien préparer son itinéraire et d'éviter les mauvaises surprises à destination, telles que:

- le nombre de jours, le prix, la description générale du circuit et sa localisation sur une carte;
- le nombre de kilomètres à parcourir et l'itinéraire quotidien, incluant les points d'intérêt;
- la liste des services et des produits compris ou non dans le forfait (p. ex., la location d'une voiture, les nuitées, la carte routière);
- le mode de transport à l'arrivée à l'aéroport: location d'une voiture sur place ou transfert en navette jusqu'à l'hôtel avec un représentant (location ultérieure);
- les indications sur la conduite en Islande: conditions routières et météorologiques, signalisation sur le site Web Safetravel.is, des brochures et une vidéo explicative;
- la réservation en ligne.

Pour faciliter le parcours du client, l'Association a produit deux logos: «visites à la ferme» (*open farm*) et «vente de produits sur place» (*farm food direct*). Ce dernier fait la promotion des produits locaux fabriqués en quantité limitée et non offerts dans les sites marchands. Nouvellement créé, un label qualité est apposé sur les produits agroalimentaires; il sert à assurer la salubrité des lieux par des inspections de l'organisme administrateur. Les logos sont affichés sur l'ensemble des outils promotionnels.



Open farms

If a farm has this logo you have an opportunity to visit the farm and get familiar with the work done in rural Iceland.



Farm food direct

If a farm has this logo its products and sales directly from the farm.

Source: <http://www.farmholidays.is>

Des phares et des rorbus en Norvège

La location d'un phare en Norvège s'avère possible grâce à la Société des phares de la Norvège, qui veille à la préservation de cet héritage patrimonial. Plus de 50 phares historiques ont changé de vocation depuis les années 1990; ils accueillent maintenant des visiteurs. Généralement, le séjour se déroule dans la maison du gardien qui a vue sur la mer. Toutefois, des offres plus insolites existent comme une nuit dans la tour, avec un forfait spécial pour les nouveaux mariés, ou dans un phare isolé sur une île accessible seulement en hélicoptère à cause de l'imprévisibilité des vagues (voir l'image ci-dessous). La liste des phares est affichée sur le site de l'Office de tourisme de la Norvège.



Plus d'une centaine de cabanes de pêcheurs, autrefois appelées «rorbus», longent la côte norvégienne. Elles étaient jadis utilisées par les pêcheurs de passage. Au fil du temps, elles sont devenues une oasis pour les visiteurs étrangers. Très prisés en été, ces rorbus sont équipés minimalement d'une salle de séjour, d'une chambre et d'une toilette.



Source: VisitNorway.fr

Des igloos en été

L'hôtel quatre étoiles Arctic, au Groenland, a construit cinq «igloos estivaux» en remplaçant la glace par une structure en aluminium. Jouissant d'une vue sur le fjord, ils sont disponibles de mai à octobre.



Source: <http://www.hotelarctic.com/index.php?pageid=10>

Le Québec détient tout le potentiel nécessaire pour mettre en valeur de façon originale sa nature et son terroir. Très riche de son agriculture, la province compte plus de 80 fermes découvertes certifiées à ce jour; des exploitations agricoles spécialisées en visites récréatives et éducatives. Les tables champêtres, les gîtes, les pourvoiries, les phares, les refuges sur terre ou dans les airs, les yourtes, les fromageries, les vignobles, les microbrasseries et plus encore s'ajoutent à la liste des attraits d'ici. Quelques initiatives méritent d'être soulignées, telles que le site Internet terroiretsaveurs.com, qui met en valeur les atouts des région touristiques.

Dans un élan de continuité, la multiplication des collaborations entre les entreprises et leurs associations respectives, ainsi qu'avec d'autres secteurs non touristiques, est souhaitée pour la mise en marché de produits unifiés et diversifiés. La mise en place de partenariats innovants est nécessaire, car, au final, le mot d'ordre reste encore et toujours l'**expérience** ainsi que la simplicité d'action pour le client.

SOURCES:

[Icelandic Farm Holidays](#)

[Visitnorway.fr](#). «Séjourner dans une cabane de pêcheur», 20 juillet 2009.

[Hotel Arctic](#). «Stay overnight in an igloo», consulté le 15 mars 2012.

[Visitnorway.fr](#). « Louer un phare », 20 avril 2010.

[Visitnorway.fr](#). « Deux hôtels norvégiens classés pour leur originalité », 4 février 2009.

Nous joindre :

Ministère du Tourisme
 900, boul. René-Lévesque Est, bureau 400
 Québec (Québec) G1R 2B5
tourismenord49@tourisme.gouv.qc.ca