



Pôle Campagnes

La France bénéficie d'un espace rural étendu et varié qui laisse la place à une large palette de territoires et de situations. En effet, il n'existe pas une mais des campagnes et donc un tourisme très diversifié dans ces territoires.

Chiffres clés

160

millions de nuitées touristiques

39

millions de voyages
domestiques

19%

Clientèles internationales

Découvrir les actions du pôle Pôle Campagnes

La campagne, un espace à fort potentiel pour la destination France

Les territoires de campagnes peuvent compter sur des filières qui ne cessent de monter en puissance ces dernières années, et qui représentent de véritables leviers de développement et d'attractivité.

Ces caractéristiques rendent les destinations campagnes d'autant plus attractives dans le contexte actuel, les tendances post-covid ayant confirmé l'envie des clientèles en dépaysement, ressourcement et vers des expériences plus authentiques et durables.

- La nature est au cœur de l'offre attendue : environnement naturel, paysages remarquables et préservés...
- Un rythme de vie plus calme, propice au ressourcement, à la déconnexion et aux valeurs « slow ».
- Un cadre de vie authentique, qui fait référence à la générosité, à la simplicité mais aussi à la qualité : du patrimoine bâti, des traditions, des produits locaux d'artisanat et du terroir, des activités agricoles, ... sur lesquels peut se superposer une identité propre locale ou régionale.
- Un cadre propice à des activités de pleine nature ou d'itinérance dont certains sont en fort développement, répondant à un engouement : randonnée pédestre, cyclotourisme, itinéraires fluviaux et fluvestres, équestres, ...

Les objectifs du pôle

L'ambition du pôle Campagnes, créé en 2020 et fort de ses membres (destinations, réseaux, fédérations, ...) est de **fédérer l'ensemble des acteurs dans une démarche volontaire et collective de développement durable** de l'attractivité touristique, afin de développer et optimiser la fréquentation et la répartition des flux de ces espaces variés.

- **Faire émerger les destinations campagne** au regard de l'envie de « se mettre au vert » des urbains tant français qu'europeens ;
- **S'appuyer sur les tendances et valeurs du slow tourisme et du tourisme durable**, qui font écho aux destinations campagnes : nature, itinérance, activités bienfaitantes, consommation locale, ...
- **Valoriser une campagne animée** qui propose une densité d'expériences et d'activités autour de la culture et du patrimoine, de l'artisanat et de la vie locale ;
- **Renforcer l'attractivité** des destinations de Campagnes en s'appuyant sur l'appétence renouvelée ces dernières années au travers d'un positionnement marketing à la faveur des expériences et découvertes.

Derniers travaux : [Parcours en ligne "Les mobilités de demain pour le tourisme à la campagne"](#)

Les axes de travail

Atout France, s'engage-t-elle aux côtés des professionnels à travers 4 axes principaux :

- **Recentrer les actions autour du partage des datas et de la prospective**, dans une logique interpoles, et/ou selon la spécificité de chaque pôle,
- **Appréhender les enjeux de l'offre par l'innovation**, les politiques de développement et la stratégie des opérateurs/investisseurs,
- **Capitaliser sur les réalisations et bonnes pratiques** issues des programmes AMI(s) et FTI(s),
- **Orienter les partenaires vers des actions mutualisées** portées par le GIE (études, marketing, etc)

L'organisation

Présidence du pôle

Sophie OLLIER-DAUMAS, Directrice Générale de Bourgogne – Franche – Comté Tourisme

27 membres actifs : Comités régionaux du tourisme, Comités départementaux du tourisme / agences d'attractivité départementales, réseaux, fédérations et associations

- [Télécharger le document Présidence du Pôle Campagne](#) PDF – 280.04 Ko

