



## 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, ...
- [Télécharger le document Campagne - Chiffres clés](#) PDF – 865.19 Ko

### 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

**Data et observation :** Partager des résultats structurels et conjoncturels saillants des destinations de campagnes.

**Marketing et promotion :** Produire des clés (messages, images, slogans, positionnement ...) de communication pour le marketing territorial des destinations de campagnes via l'organisation d'ateliers dédiés.

Produire une étude sur l'image des destinations de campagnes françaises, leur positionnement par rapport aux clientèles européennes et leurs éléments de différenciation par rapport aux autres espaces et à l'étranger.

**Sensibilisation aux enjeux durables de la destination :** Sensibiliser les acteurs socio-professionnels et institutionnels du tourisme à la campagne sur les enjeux de mobilités durables via la plateforme « Les mobilités de demain à la campagne ». Partager les bonnes pratiques durables des croisières fluviales.

**Structuration et consolidation de l'agritourisme :** Appuyer la structuration de la filière autour d'un enjeu et d'un axe clef pour le développement de la filière via l'organisation d'ateliers dédiés et d'un voyage d'étude à l'étranger.

**Innovation :** Partager des solutions innovantes sur des enjeux prioritaires via des webinaires dédiés et le partage des retours d'expérimentations de l'auréats d'AMI Atout France.

## 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

### **Comité Stratégique du Pôle Campagnes**

Le Pôle a donc un champ d'intervention à 360°, via la veille et l'observation, la promotion, l'innovation ou d'autres actions coconstruites avec les partenaires. Le collectif se réunit lors des Comités stratégiques – un en fin d'année pour faire le bilan des travaux mené dans l'année et préparer les actions de l'année suivante, et un en milieu d'année pour faire un point d'étape sur la feuille de route– lors de webinaires, voyages d'études, événements divers, ou lors de réunions de groupes de travail sur des sujets spécifiques.

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

