

Pôle Campagnes

Le pôle Campagnes au sein des Pôles Territoriaux Villes-Littoraux-Campagnes

En 2025, les pôles Villes, Littoraux et Campagnes ont été rassemblés en une seule unité, permettant de renforcer les synergies et de multiplier les actions transverses entre ces espaces.

Outil d’innovation et d'impulsion de démarches collectives, le Pôle Campagnes rassemble des partenaires, institutionnels et professionnels français du tourisme, représentatifs de la diversité des campagnes sur le territoire français, dans une démarche volontaire et collective de tourisme durable.

Chiffres clés

18%
du total des nuitées marchandes françaises en 2024 (131 millions de nuitées marchandes)

37%
de la capacité d'hôtellerie de plein-air française (en nombre de lits)

1/4
des séjours des visiteurs internationaux en France en 2024

Découvrir les actions du pôle Pôle Campagnes

Le tourisme rural en France

Deuxième espace touristique pendant la saison estivale (derrière le littoral), les campagnes françaises constituent un espace attractif pour la destination France. Les campagnes concentrent 18% des nuitées marchandes françaises en 2024 (en hausse de +5%) et 37% de la capacité d'hôtellerie de plein-air française. A noter qu'à l'été 2025, les campagnes françaises ont connu un regain de fréquentation, en partie dû à un report de fréquentation du littoral vers le rural pour des raisons de coût et de météo.
Les territoires de campagnes peuvent compter sur des filières qui ne cessent de monter en puissance depuis plusieurs années, et qui représentent de véritables leviers de développement et d'attractivité.

- 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, itinérance fluviale, randonnée équestre...

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.

Les objectifs du Pôle Campagnes

L'ambition du pôle Campagnes, est de **fédérer l'ensemble des acteurs du tourisme rural 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 dans ces espaces de pleine nature.

- **Faire émerger les destinations campagne** au regard de l'envie de « se mettre au vert » des urbains, tant français qu'européens.
- **S'appuyer sur les tendances et valeurs du slow tourisme et du tourisme durable**, qui font écho aux destinations campagnes : nature, itinérance, activités bienfaisantes, produits du territoire et circuits courts…
- **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.

Les axes de travail du Pôle Campagnes

Atout France, s'engage?aux côtés des professionnels du tourisme rural 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)

Organisation du Pôle Campagnes

Créé en 2020, le Pôle Campagnes rassemble des partenaires, institutionnels et professionnels français du tourisme rural, représentatifs de la diversité de l'offre dans une démarche volontaire et collective de développement.

Une cinquantaine de membres (destinations et territoires ruraux, réseaux et fédérations nationales, institutionnels régionaux et départementaux du tourisme) font partie de ce collectif de réflexions et d'actions permettant une mutualisation des moyens pour répondre aux enjeux actuels du tourisme rural.
Présidence du Pôle : Sophie Ollier-Daumas, Directrice Générale de Bourgogne-Franche-Comté Tourisme

- Télécharger le document Présentation Pôle Campagnes Atout France 2026.pdf PDF – 365.57 Ko
- Télécharger le document Sophie Ollier Daumas à la Présidence du Pôle Campagnes.pdf PDF – 61.07 Ko

Membres du Pôle Campagnes

