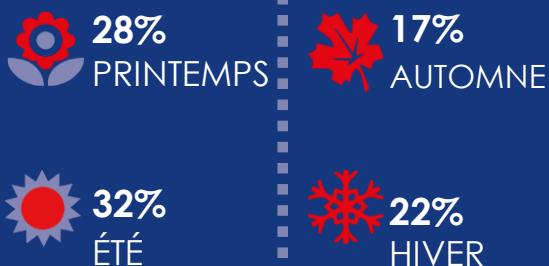


## Filière Campagne

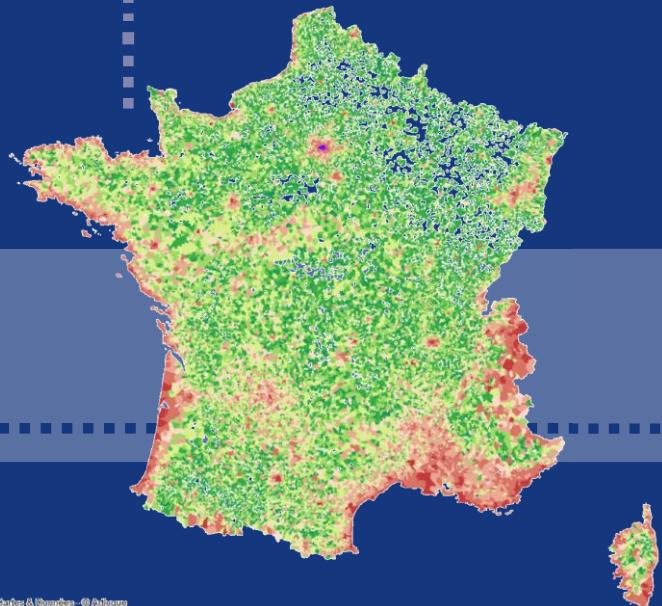
### Contexte

Il n'existe pas une mais **des** campagnes, ni un mais des touristes à la campagne. La campagne et ses activités fait écho aux préoccupations durables actuelles et aux besoins de verdure et d'espaces des clientèles.



Source : Insee, en partenariat avec les comités régionaux du tourisme (CRT) et la DGE 2019 (hors hôtellerie de plein air)

### Carte de chaleur de l'offre CtoC (plateformes de location)



Crédit photo: Géobase & Rendus - OT France



### Nuitées marchandes

**36,9 millions\***

**81%**

Clientèles françaises  
soit 116,2 millions

**19%**

Clientèles internationales  
soit 66,9 millions

**14%**

des nuitées des  
clientèles résidentes\*

**8%**

des nuitées totales des  
clientèles internationales\*

\*hors hôtellerie de plein air

### Données sur l'offre 2019

- 3,6 millions de lits touristiques, soit 16% de l'offre métropolitaine
- 75% des lits marchands en hôtellerie de plein air
- Plus de 160 000 biens disponibles sur les principaux sites CTOC (Airbnb, Homeaways...), soit 22% de l'offre métropolitaine (second espace pourvoyeur après la ville)
- De nombreux labels et marques reconnus, témoins du dynamisme de cet espace

### Principaux marchés émetteurs

- Porteuse d'art de vivre et de valeurs identitaires, la destination campagne bénéficie d'une image extrêmement positive auprès des clientèles européennes, principales clientèles internationales, les marchés lointains privilégiant, en premier lieu, des destinations urbaines.



### Profil voyageurs

- Les adeptes du tourisme de nature sont de profils très divers et larges.
- Toutes catégories socioprofessionnelles (à dominante +)
- Pas de réel critères d'âge (si ce n'est au regard des activités pratiquées).
- Une majorité d'urbains notamment issus de la région parisienne ou des grandes villes (Lyon, Bordeaux...).

### Les motivations au départ



Contact campagne | gabrielle.labescat@atout-france.fr