



## Plan d'actions Inde

La France demeure l'une des destinations préférées des Indiens. Les bonnes relations bilatérales entre les deux pays ainsi que la présence de la représentation française en Inde contribuent à maintenir l'attrait de la destination.

Plus de 7 000 000 visiteurs indiens se sont rendus en France en 2019 sur 27 millions de départs à l'étranger.

Selon Oxford Economics, en 2024, environ 625330 Indiens ont visité la France sur les 30,2 millions qui ont voyagé à l'étranger.

Selon une étude SKIFT l'Inde va progresser du 10<sup>ème</sup> plus gros marché émetteur de tourisme à l'étranger sur le rang mondial au 5<sup>ème</sup> d'ici 2027.

Le marché indien des voyages à l'étranger est prêt à connaître une croissance extraordinaire, avec un nombre de passagers qui devrait atteindre 39 millions d'ici 2028, selon les informations communiquées par l'entreprise mondiale de technologie du voyage Travelport.

Les indiens voyagent désormais tout au long de l'année et l'évolution et la maturité du marché se traduisent par une diversification des bassins émetteurs, des cibles, des thématiques prisées, des destinations recherchées et programmées.

Ces dernières années, on observe une « premiumisation » de la clientèle ce qui se retrouve dans les attentes de ces voyageurs. Enfin, la France se positionne désormais comme une destination privilégiée pour des mariages somptueux de grandes familles indiennes.

## Chiffres clés

**6ème**

économie mondiale

**17ème**

marché international pour la  
France

**625330**

Touristes indiens en France en  
2024

## En savoir plus sur les clientèles de ce marché

### Principales données économiques du marché

- 1, 476 milliard d'habitants
- L'Inde devrait connaître une croissance d'environ 6,5 % à 6,6 % en 2026, ce qui en ferait la grande économie mondiale affichant la croissance la plus rapide dans un contexte de ralentissement économique mondial généralisé.
- Selon la Banque centrale indienne (RBI), l'inflation à la consommation en Inde devrait s'établir en moyenne à 5,1 % pour l'exercice 2026-2027 (FY27). Pour l'année civile 2026, le Fonds monétaire international (FMI) prévoit une inflation moyenne de 4,0 % en Inde.
- L'Inde et l'Union européenne ont finalisé un accord commercial historique le 27 janvier 2026. Cet accord ouvrira la voie à l'ouverture du vaste marché indien, le plus peuplé au monde, au libre-échange avec les 27 pays de l'UE, son principal partenaire commercial. ?

### Positionnement de la destination France

**La France est l'une des destinations Schengen les plus prisées par les visiteurs indiens, et Paris figure sur le "Bucket-List" de tous les voyageurs indiens.**

Le marché indien est le 17ème en 2024 pour les arrivées pour la destination France (Source Oxford Economics)

Nombre d'arrivées en France:

En 2019 : 704,230

En 2020 : 341,080

En 2021 : 334,230

En 2022 : 430,180

En 2023 : 549770

En 2024: 625330

#### **Connectivité aérienne avec la France :**

28 vols directs vers Paris sont opérés chaque semaine.

Air France propose ainsi au départ de :

Mumbai : 7 vols par semaine

New Delhi : 7 vols par semaine

Bengaluru : 7 vols par semaine

La compagnie aérienne nationale , Air India, propose également un vol quotidien direct entre Delhi et Paris

### Principales motivations de séjour et mode de réservation

La part des voyageurs qui découvrent la France pour la première fois est d'environ 60%, pour 40% de "repeaters". Cette dernière catégorie de voyageurs gagne cependant des parts de marché ces dernières années.

Les principaux bassins émetteurs sont les villes de Mumbai et de Delhi. Les bassins émetteurs secondaires sont les villes de Bengaluru, Kolkata, Chennai + villes de tierces : Kochi, Hyderabad, Pune, Ahmedabad, Jaipur, Chandigarh.

#### **Profils des voyageurs**

- HNI : Familles nucléaires, jeunes, « millenials », couples, DINKS, accent sur la sécurité et destinations de luxe expériences haut de gamme et exclusives
- LES JEUNES : Diplômée avec un pouvoir d'achat élevé. Choix et modes de voyages expérientielles et responsables. Séjours allongés et préférences pour des séjours actifs
- DISCERNING: : Couples, jeunes mariés responsables, bien informés et expérimentés Inclinaison pour la nature. Séjours de 10 à 15 jours

- FIT : Familles aisées, voyages mono destination avec des expériences immersives et diversifiées pour satisfaire les enfants et les parents
- MILESTONE: Couples, grandes familles qui célèbrent des événements importants favorisant des destinations aux expériences authentiques.
- MICE : Premiumisation des incentives. Recherche des destinations hors Paris. L'organisation de grands mariages en France sont en augmentation

Voyage loisirs par rapport aux voyages affaires: 65% LOISIR / 35% VOYAGE d'affaires (incluant les mariages)

Moyenne d'âge : La grande majorité des Indiens qui voyagent en France se situent dans la tranche d'âge des plus de 25 ans jusqu'à 65 ans

### **Principales raisons de choisir la France:**

La France a une image très positive aux yeux du voyageur indien et jouit d'une excellente réputation.

Les pôles d'excellences de la France largement reconnu : le savoir-faire, l'art de vivre, la mode, l'œnologie et la gastronomie française a une véritable réputation d'excellence

Visa – délivrance relativement compétitive (vis-à-vis de l'Italie, la Grèce, le Portugal)

Belle diversité de régions, de produits et offres touristiques y compris l'outre mer notamment L'île de la Réunion

### **Activités favorites :**

Les Indiens apprécient les expériences culturelles immersives, ils aiment faire du shopping et sont également plus ouverts aux parcours œnologiques et aux expériences culinaires. Ils sont également intéressés par le self-drive holidays, les vacances balnéaires, les séjours dans les montagnes en hiver/été et les activités en plein air.

### **Le tourisme d'affaires**

Le segment MICE - les incentives - a repris dès la réouverture des frontières et l'intérêt des entreprises pour organiser leurs incentives en France est en constante augmentation.

A noter deux exemples phares : le grand groupe prestigieux de 1500 personnes de TATA group en 2022 et en 2023, 940 personnes de Asian Paints ont organisé leurs incentives à Paris et à Deauville France parmi plusieurs d'autres incentives.

Avec une valorisation de 130 milliards de dollars, l'industrie indienne du mariage est l'une des plus importantes au monde. La France a accueilli 7 mariages d'envergure post COVID-19 à Paris et sur Cannes.

### **Les Top 5 destinations des indiens en France**

- Paris - Ile de France
- Côte d'Azur
- Provence
- Auvergne Rhône-Alpes
- Champagne

### **Place du tourisme durable :**

Selon le rapport « Travel and Sustainability report» de Booking.com, 72 % des Indiens affirment être plus déterminés à voyager de manière plus durable aujourd'hui qu'il y a un an, ce qui témoigne d'une prise de conscience croissante quant à l'impact à long terme du tourisme.

(49 %) déclarent vouloir découvrir des destinations avant qu'elles ne deviennent trop prisées, tandis que 45 % estiment que le fait de visiter des destinations moins connues contribue à réduire leur impact environnemental.

### **Mode de réservation :**

Une grande partie des Indiens préfèrent passer par une agence de voyages pour réserver leurs séjours à l'international pour les services proposés comme la prise en charge des formalités de visas, la flexibilité des prix, paiement en espèce ou modifications de voyage ainsi que le conseil et l'accompagnement durant le parcours client.

### **Saisonnalité :**

- D'avril à mi-juin pour les vacances estivales (période de vacances scolaires pour les écoles indiennes)  
60 % des départs se font pendant cette période estivale
- De fin octobre à début novembre pour les vacances de Diwali (nouvel an Hindou, dates variables selon le calendrier astrologique)
- D'octobre à février pour la saison des mariages et voyages de noces
- De début novembre à fin décembre pour les vacances de fin d'année  
(Période des festivals selon les religions)
- De juillet à août pour les vacances d'été des familles ayant scolarisé leurs enfants dans des écoles proposant des cursus internationaux (Baccalauréat International (IB))
- Programmation des incentives tout au long de l'année

## Recommandations pour aborder ce marché

Le marché indien est sensible au rapport qualité prix.

Les voyageurs indiens apprécient fortement de petits gestes tels qu'« un the masala » à l'accueil, une liste des restaurants indiens/végétariens dans le quartier

Le relationnel est très important dans l'établissement des synergies commerciales.

**Types d'offres particulièrement adaptées :** Des appartements/villas pour les familles multi générationnelles et des hôtels locaux et boutiques pour les clients particuliers

Proposition des restaurants indiens/végétariens

Il est important d'avoir une vision de longue terme et une approche pan indienne.

Préconiser un plan marketing à 360 degrés incluant le B2B, le B2C, la presse et les influenceurs

Pour les DMCs, prendre en compte les changements dans le programme en amont de la réservation ainsi que lors du parcours client sur le territoire.

## Workshop France Excellence 2025

### Webinaires Atout France Live !

#### **Tendances des marchés internationaux et présentation des plans d'actions 2026.**

Pour accompagner ses adhérents dans la préparation de leurs plans d'actions 2026, Atout France a lancé une nouvelle série de webinaires.

En 1h à 1h30, les directeur-trices d'Atout France à l'international partagent :

- Les données clés les plus récentes sur les principaux marchés émetteurs vers la France,
- Des éclairages permettant aux adhérents d'affiner leurs stratégies de positionnement à l'international,
- Des propositions d'actions B2B, B2C et presse, en cohérence avec les orientations stratégiques de la destination France.

[Retrouver le webinaire dédié à la Région Orient, Pacifique, Asie](#)

# Le marché Inde en un clin d'oeil

## Chiffres clés | Marché

**ATOUT FRANCE**  
L'Agence de développement  
touristique de la France

### Inde



#### Taux de change

€ 110

#### Quelques données économiques

1,476 Milliard d'habitants

€ 2432€ PIB / habitant

environ 6,6% croissance de l'économie prévue pour 2026

#### Données touristiques

6,25,330 d'indiens se sont rendus en France en 2024

33 Millions de départs à l'étranger en 2025

17<sup>eme</sup> Marché émetteur pour la France en terme d'arrivées en 2024



#### Principaux bassins émetteurs



Mumbai, Delhi, Bangalore  
Chennai, Kolkata, Ahmedabad  
Pune, Chandigarh, Jaipur

#### Période de réservation



#### Principales destinations visitées en France

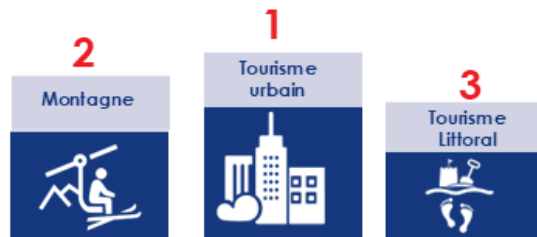


#### Profil voyageurs



- La France figure parmi les trois premières destinations européennes pour les voyageurs indiens
- Ils voyagent en famille à 80%
- La population indienne est parmi la plus jeune du monde.

#### TOP 3 des motivations de voyages en France



Contact marché Inde | sheetal.munshaw@atout-france.fr

[www.atout-france.fr](http://www.atout-france.fr) | [www.france.fr](http://www.france.fr)

## Prestations proposées sur ce marché

Les évènements programmés

- [Inde - Workshop Explore France 2026](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- [SALON OTM 2027 \(Outbound Travel Mart\)](#) : Salons / Professionnels internationaux
- [FRANCE EXCELLENCE 2027 - INDE](#) : Salons / Professionnels internationaux
- [Prix de l'Ambassadeur 2026](#) : Rencontres B2B / Médias internationaux, Professionnels internationaux
- [Événement Art de Vivre x Business France](#) : Evénement grand public / Grand public international, Médias internationaux

**Marchés d'intervention :** Inde

**Type de rendez-vous :**

**Public attendu :** Professionnels internationaux

Un workshop en format offsite permettant de rencontrer les acteurs clés au sein du marché touristique indien caractérisé par un fort taux d'intermédiation où la prise de contact directe est essentielle. Participation d'agences venant de principaux bassins émetteurs de voyageurs indiens à l'international.

## OBJECTIFS

- Mettre en avant la capacité d'adaptation de l'offre aux nouvelles tendances
- Mieux connaître le marché, les tendances, les besoins spécifiques de la clientèle indienne de haute contribution.
- Faire la promotion de son offre/ service/ établissement/ destination auprès d'une audience ciblée et qualifiée

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels (les Offices de tourisme, les CRT) Privés - Les hébergeurs (Hôtels 3 \*, 4\*, 5\* et Palaces, villa, appartements), les DMC, les attractions, les traiteurs, les écoles de ski, les écoles culinaires, les châteaux vignobles et autres agences événementiels en France.

### Nombre de partenaires souhaités :

25 au minimum

### Visibilité partenaire :

A travers les supports de promotion créés par Atout France Inde pour l'évènement destiné aux professionnels du tourisme indien : BACKDROP, la distribution du CATALOGUE des exposants, la diffusion de présentations et vidéos des partenaires. Promotion de l'évènement via les réseaux sociaux d'Atout France et mention de chaque partenaire dans le communiqué de presse diffusé auprès des publications B2B.

## CONDITIONS

### Date limite d'inscription :

Le 22 mai 2026

### Précisions tarifaires :

6250€ HT pour la participation d'une société ou organisme (incluant l'hébergement en Inde)

## FORMAT

### Liste des sessions :

*Workshop Explore France 2026 Inde*

Date de début : 20 septembre 2026

Date de fin : 24 septembre 2026

Date limite d'inscription : 22 mai 2026

### Lieu :

Delhi

### Profil visiteur :

Les directeurs/ fondateurs / associés des agences de voyage boutiques et des key decision maker's / B2B et B2C presse / influenceurs...

### Visiteur attendu :

environ 50

**Pawar - Asmita** asmita.pawar@atout-france.fr  
**Kothi - Pusha** Pusha.Kothi@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Inde

**Type de rendez-vous :**

**Public attendu :** Professionnels internationaux

OTM est un des salons les plus importants B2B en Inde dédié au tourisme. Le salon attire chaque année plus de 50 000 acheteurs professionnels du secteur du voyage, dont des agences de voyage influents et des voyagistes qui stimulent le tourisme à l'étranger.

## OBJECTIFS

- L'opportunité d'établir des contacts avec les professionnels du secteur de tourisme pan-indienne.
- Mieux connaître le marché, les tendances, les besoins spécifiques de la clientèle indienne
- Construire de nouveaux partenariats et renforcer les relations commerciales existantes avec les acteurs les plus importants en Inde en amont de la haute saison touristique

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

Tous les partenaires intéressés par le marché indien

### Nombre de partenaires souhaités :

5 au minimum

### Visibilité partenaire :

- 1 emailer à plus de 50 000 agences de voyage et tour-opérateurs pan-indiens afin de promouvoir la participation du Pavillon France et mettre en avant chaque partenaire. - 3 posts sur les réseaux sociaux de l'OTM pour Pavillon France et ses partenaires - Un espace individuel pour chaque partenaire avec installation et branding de la société - 1 meeting diary en ligne pour chaque partenaire

## FORMAT

### Liste des sessions :

*SALON OTM 2027*

Date de début	: 01 février 2027
Date de fin	: 03 février 2027
Date limite d'inscription	: 30 septembre 2026

### Lieu :

Jio World Convention Centre, BKC, Mumbai

### Format de l'opération :

- Un format interactif sous forme de rendez-vous préprogrammés et spontanés
- Pavillon dédié à la France

### Profil visiteur :

Les directeurs/ fondateurs / associés des agences de voyage boutiques et des key decision makers / Managers des ventes des tour-opérateurs / acheteurs MICE et corporate / producteurs cinéma et OTT.

### Visiteur attendu :

50000 + visiteurs (professionnels du tourisme, les experts de l'industrie) et 1000+ hosted et VIP buyers

**Pawar - Asmita** [asmita.pawar@atout-france.fr](mailto:asmita.pawar@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Inde

**Type de rendez-vous :**

**Public attendu :** Professionnels internationaux

Deuxième édition du workshop France Excellence dédié au segment luxe

Un format interactif et sur-mesure sous forme de rendez-vous préprogrammés pour une adéquation optimale entre les profils des partenaires et des agences.

DATES ET LIEU A CONFIRMER

## OBJECTIFS

- Mise en relation avec les professionnels du secteur de tourisme pan-indienne axés sur le segment du luxe
- Mieux connaître le marché, les tendances, les besoins spécifiques de la clientèle indienne de haute contribution.
- Construire de nouveaux partenariats et renforcer les relations commerciales existantes avec les acteurs clés et médias lifestyle en Inde

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

- Institutionnels - Destinations qui se positionne sur le segment luxe - Privés -Les hébergeurs (Hôtels 5\* et Palaces, villa), les DMCs (ciblant le segment), les attractions et autres agences événementiels en France, location de voitures de luxe. - Tous partenaires avec une offre luxe intéressés par le marché indien

### Nombre de partenaires souhaités :

15 au minimum

### Visibilité partenaire :

- A travers les supports de promotion créés par Atout France Inde pour l'évènement destiné aux professionnels du tourisme indien : éléments d'affichage, CATALOGUE des exposants, la diffusion de présentations et vidéos des partenaires. - Promotion de l'évènement via les réseaux sociaux d'Atout France et mention de chaque partenaire dans le communiqué de presse diffusé auprès des publications B2B et B2C.

## CONDITIONS

### Date limite d'inscription :

31 MARS 2027

### Précisions tarifaires :

COÛT TOTAL APPROXIMATIF : 6500 € HT pour la participation d'une société ou organisme 2000 € HT pour une personne supplémentaire 10 000 € HT pour l'organisation d'un événement avec les wedding planners (pour un seul partenaire) 3400 € HT par partenaire (sur la base de 3 partenaires min)

## FORMAT

### Liste des sessions :

*FRANCE EXCELLENCE 2027*

Date de début : 01 octobre 2027  
Date de fin : 30 novembre 2027  
Date limite d'inscription : 31 mars 2027

### Lieu :

MUMBAI

### Format de l'opération :

- Un format interactif et sur-mesure sous forme de rendez-vous préprogrammés pour une adéquation optimale entre les profils des partenaires et des agences.
- Un dîner exclusif sera organisé avec de membres du réseau français, d'agences de voyage, de la délégation française, de journalistes et d'influenceurs B2B et B2C.
- Organisation d'ateliers de team building pour l'ensemble des participants, axées sur l'art de vivre et le savoir-faire français.
- Organisation d'un événement avec les wedding planners/ AMEX/ EO/YPO/ Ladies Who Lead (au choix ; avec des frais d'inscription supplémentaires)

### Profil visiteur :

Les directeurs/ fondateurs / associés des agences de voyage boutiques et des key decision maker's y compris les agents du groupe Serendipian / B2B et B2C presse / influenceurs/ les acteurs principaux de l'industrie du luxe

### Visiteur attendu :

30-40 buyers

**Pawar - Asmita** [asmita.pawar@atout-france.fr](mailto:asmita.pawar@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](http://atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Inde

**Type de rendez-vous :**

**Public attendu :** Médias internationaux, Professionnels internationaux

**Espaces et filières :**

Sous le haut patronage de l'Ambassadeur de France en Inde, cet évènement est le seul en existence depuis 2015 en Inde et constitue une reconnaissance des agents de voyage/ tour-opérateurs indiens exceptionnels à travers leur programmation de la destination France.

## OBJECTIFS

- Visibilité auprès d'un public professionnel qualifié dans le secteur du tourisme
- Interaction directe avec des acteurs clés du tourisme du marché indien
- Association à une initiative officielle française

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels Privés -Les hébergeurs, les marques de shopping, attractions Tous partenaires intéressés par le marché indien

### Nombre de partenaires souhaités :

3 au minimum

### Visibilité partenaire :

1: Principal Sponsor € 10,000 HT Visibilité Offerte Le décor, l'ambiance et la cuisine seront adaptés aux couleurs du partenaire Création des collatéraux distinct pour le partenaire Création possible d'une catégorie de prix autour de votre marque (à condition que cela corresponde à la stratégie marketing de la destination.) Mention du partenaire dans le mot de remerciement en tant que Principal Sponsor Prise de parole pour le partenaire lors de l'événement Inclusion du logo du partenaire sur l'ensemble des collatéraux créés pour l'événement Diffusion de votre vidéo avec celles d'autres partenaires en boucle lors de la soirée. 10 invitations seront remises au partenaire Mention du partenaire dans le communiqué de presse diffuse après la soirée aux médias B2B & post dédiée au partenaire sur le compte LinkedIn de Atout France en Inde (+ de 4000 followers) 2: Associate Sponsor € 5000 HT Visibilité Offerte Mention du partenaire dans le mot de remerciement en tant que Associate Sponsor Inclusion du logo du partenaire sur l'ensemble des collatéraux créés pour l'événement Diffusion de votre vidéo avec celles d'autres partenaires en boucle lors de la soirée Mention du partenaire dans le communiqué de presse diffuse après la soirée aux médias B2B & post dédié au partenaire sur le compte LinkedIn de Atout France en Inde (+ de 4000 followers)

## CONDITIONS

### Date limite d'inscription :

Date Limite d'inscription : le 6 juillet

### Précisions tarifaires :

2 types de partenariat possibles Principal Sponsor € 10,000 HT Associate Sponsor € 5000 HT

## FORMAT

### Liste des sessions :

*Prix de l'Ambassadeur 2026*

Date de la session : 19 novembre 2026  
Date limite d'inscription : 06 juillet 2026

### Lieu :

Mumbai, Inde

### Format de l'opération :

#### Concept pour 2026

**Objectif:** Apporter une nouvelle dimension au format du Prix de l'Ambassadeur, notamment dans le cadre de l'Année franco-indienne de l'innovation 2026.

**Création d'un événement festif:** Organisation de l'événement en novembre, juste après le salon Prowine et Tastin'France organisé en Inde et auxquels Business France participe avec une délégation de vignerons français Date pour le Prix de l'Ambassadeur : **le 19 novembre à Mumbai.**

Présence de 10 à 15 domaines viticoles à l'événement du Prix de l'Ambassadeur (à confirmer)

Inclusion de Deloitte en tant que Knowledge Partner pour cette édition.

#### Format:

Cérémonie de remise de prix suivi par une dégustation des vins français.

Présence d'une quinzaine de vignerons participant également à Tastin'France.

Mise en valeur des vins français à travers les dégustations pour créer une ambiance immersive mettant à l'honneur l'art de vivre français

Création d'une catégorie de prix dédiée à l'oenotourisme et la gastronomie en France

Possibilité d'intégrer un groupe de musique ou un chanteur

### Indicateur de performance :

Nombre d'invités

Collatéraux

Couverture dans les publications B2B et sur les réseaux sociaux

### Profil visiteur :

Directeurs et propriétaires d'agences de voyages Tour-opérateurs Médias, influenceurs, leaders d'opinion Acteurs institutionnels

### Visiteur attendu :

de 100 à 150

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Inde

**Type de rendez-vous :**

**Public attendu :** Grand public international, Médias internationaux

**Espaces et filières :**

Participation à la 4e édition de l'exposition immersive Art de Vivre organisée par Business France en association avec la Team France

Cette plateforme mettra en avant l'Art de Vivre à la française à travers une sélection de marques françaises de luxe et de l'art de vivre renommées, axées sur la décoration d'intérieur, l'ameublement, les voyages et les innovations de pointe dans le cadre du salon India Design ID

## OBJECTIFS

- Visibilité auprès de +50,000 visiteurs et prescripteurs qualifiés
- Lieu stratégique de networking avec les acteurs clés du domaine du luxe et du lifestyle
- Une plateforme de référence pour le design premium en Inde

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels Privés - Les hébergeurs, les marques de shopping, attractions Tous partenaires intéressés par le marché indien

### Nombre de partenaires souhaités :

3

### Visibilité partenaire :

Insertion du logo sur tous les supports marketing  
: Programme officiel Description de l'entreprise et lien sur le site web de l'événement Réseaux sociaux Mention du partenaire dans le communiqué de presse créé par Business France

## FORMAT

### Liste des sessions :

*Événement Art de Vivre*

Date de début : 17 février 2027

Date de fin : 21 février 2027

Date limite d'inscription : 31 octobre 2026

### Lieu :

New Delhi

### Format de l'opération :

Création d'un Pavillon France dans le cadre du salon India Design ID

Participation aux événements suivants organisé dans le cadre de l'exposition Art de Vivre:

Participation à une table ronde sur le tourisme dans le cadre d'un symposium

Invitation à un cocktail VIP en avant-première

Cocktail de networking sur le site du salon ?

Accès au salon

### Indicateur de performance :

Retombées de presse

Networking

Présence des visiteurs et prescripteurs au salon

### Profil visiteur :

architectes, designers, importateurs, distributeurs, hospitalité, média et influenceurs

### Visiteur attendu :

+ 50,000 au salon

**Kothi - Pusha Pusha.Kothi@atout-france.fr**

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://atout-france.fr)

## Les opérations à la carte

2026

- [E-learning France Connaisseur](#) : Formations / Professionnels internationaux
- [INDE - Campagne commerciale avec l'OTA TBO.com](#) : Campagnes / Professionnels internationaux
- [Prix de l'Ambassadeur 2026](#) : Rencontres B2B / Médias internationaux, Professionnels internationaux

2027

- [Supplément Luxe avec Robb Report](#) : Campagnes / Grand public international

**Marchés d'intervention :** Afrique du Sud, Arabie Saoudite, Barheïn, Brésil, Canada, Egypte, Emirats Arabes Unis

**Type de rendez-vous :** Formations

**Public attendu :** Professionnels internationaux

France Connaisseur, le programme de formation à destination des agents de voyages étrangers est proposé dans différents pays. De façon très interactive, il permet à la distribution internationale de mieux connaître ou de consolider ses connaissances générales sur les destinations françaises. L'offre des adhérents peut être intégrée aux contenus des modules de formation afin de la faire connaître aux agents de voyages.

## OBJECTIF

## FORMAT

**Format de l'opération :**

Formation à distance.

Accès 24h/24 et 7j/7.

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Inde

**Type de rendez-vous :** Campagnes

**Public attendu :** Professionnels internationaux

**Espaces et filières :** Campagne , Culture & patrimoine, Gastronomie , Littoral , Montagne, Outre-mer , Œnotourisme

Lancement d'une campagne commerciale avec l'OTA B2B TBO.com a travers leurs plateformes ainsi que les médias B2B externes pour augmenter le flux des touristes indiens vers la France. TBO.com est la première plateforme de distribution de voyages en Inde et compte 147 000 Travel Buyers et 21 bureaux à travers l'Inde.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Institutionnels et les privés

**Nombre de partenaires souhaités :**

4 au minimum

## FORMAT

**Format de l'opération :**

Création d'un microsite dédié aux partenaires, création des itinéraires, posts sur leurs réseaux sociaux, envoi des newsletters ainsi que publicités dans les medias B2B (print), bannières sur les sites webs de ces publications, Google Search Marketing. Organisation d'un webinaire dédié aux agences de voyage de TBO.com

**Indicateur de performance :**

Nombre de réservations effectuées grâce à cette campagne, visibilité B2B presse et à travers les réseaux sociaux , résultats de la campagne Google Marketing, nombre de participants au webinaire.

**Profil visiteur :**

Le réseau B2B en Inde

**Kothi - Pusha** Pusha.Kothi@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Inde

**Type de rendez-vous :** Rencontres B2B

**Public attendu :** Médias internationaux, Professionnels internationaux

Sous le haut patronage de l'Ambassadeur en Inde, organisation annuelle d'un concours entremis de prix lors d'une soirée networking de prestige a destination des agences de voyages/tour-opérateurs ainsi que la presse. L'objectif est d'identifier et récompenser selon les critères suivants:

Inclusion de la France et son offre touristique dans la programmation de leurs itinéraires, et le domaine de visa

Identifier un(e) journaliste qui a contribué au rayonnement de la France via ses articles.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Institutionnels, Privés

**Nombre de partenaires souhaités :**

3 au minimum

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**

Soirée de prestige avec cérémonie de remise de prix.

Participation financière d'un acteur de tourisme en tant que l'hôte d'honneur et la sponsorship d'un séjour pour une catégorie de prix.

**Indicateur de performance :**

Le nombre et la qualité des invités

Promotion de l'offre via des supports collatéraux

Retombées presse dans les publications B2B

Promotion sur les réseaux sociaux d'Atout France

**Kothi - Pusha** Pusha.Kothi@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Inde  
**Type de rendez-vous :** Campagnes  
**Public attendu :** Grand public international  
**Espaces et filières :** Luxe

Création d'un supplément luxe de 16 pages dans une édition du magazine luxe Robb Report  
Mise en valeur des expériences exclusives à travers les domaines de l'hôtellerie, de la gastronomie, de l'oenotourisme, du shopping et des expériences hors de sentiers battus  
Mis en valeur de l'art de vivre et le savoir-faire français

Date de parution: 2e semestre de 2027 (mois exacte à confirmer)

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels  
Privés -Les hébergeurs, les marques de shopping, attractions  
Tous partenaires intéressés par le marché indien

### Nombre de partenaires souhaités :

10 au maximum

## FORMAT

### Format de l'opération :

Création d'un supplément luxe de 16 pages dans une édition du magazine luxe Robb Report.

Au choix: 1 page de publicité (prête à imprimer) ou 2 pages publi-rédactionnel (le contenu sera préparé par Robb Report et Atout France selon les éléments bruts(contenu et images) envoyé par le partenaire)

### Indicateur de performance :

Lectorat de Robb Report: Circulation de 60,000 ex tous les 2 mois | Lectorat: 3,00,000

Profil des lecteurs: Le public cible principal est constitué d'une audience CSP+++. Il s'agit d'un lectorat exclusif avec un pouvoir d'achat important. Affinité pour des produits de luxe haut de gamme, des voyages sur mesure et un art de vivre raffiné.

Promotion du supplément sur le compte Instagram de Robb Report: ( 32.3K abonnés)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://atout-france.fr)

