

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 00 000 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 ème plus gros marché émetteur de tourisme à l'étranger sur le rang mondial au 5ème 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'a 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'ile 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 millards 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 longue 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 2027.
Pour accompagner ses adhérents dans la préparation de leurs plans d'actions 2027, Atout France a lancé une nouvelle série de webinaires.
En 1h, 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
- environ6,6% croissance de l'économie prévue pour 2026

Données touristiques

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

33 Millions de departs à l'étranger en 2025

17eme Marché émetteur pour la France en terme d'arrivées en 2024

- 52% PRINTEMPS
- 16% AUTOMNE
- 16% ÉTÉ
- 16% HIVER dont Noël

Principaux bassins émetteurs

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

Période de réservation

Jan Feb Mar Apr May Jun Jul Aug Sep Oct Nov Dec

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.

Principales destinations visitées en France



TOP 3 des motivations de voyages en France

1. Tourisme urbain
2. Montagne
3. Tourisme Littoral

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

Prestations proposées sur ce marché

Les évènements programmés

- **SALON OTM 2027 (Outbound Travel Mart)** : Salons / Professionnels internationaux
- **FRANCE EXCELLENCE 2027 - INDE** : Salons / Professionnels internationaux
- **Inde - 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

SALON OTM 2027 (OUTBOUND TRAVEL MART)

PRESTATION

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 connaitre 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 spontanées
- 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

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

FRANCE EXCELLENCE 2027 - INDE

PRESTATION

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 connaitre 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'événement 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 :
COUT 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	: 05 octobre 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

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

INDE - PRIX DE L'AMBASSADEUR 2026

PRESTATION

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 événement, unique en son genre dans le pays depuis 2015, met à l’honneur les agents de voyages et tour-opérateurs indiens qui se distinguent par leur engagement en faveur de la destination France et la place qu’ils lui accordent dans leur programmation.

OBJECTIFS

- Visibilité auprès d'un public professionnel qualifié dans le sector 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 correspond 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 dédie 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 évènement 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 francais
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 edition.
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
Collateraux
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

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

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

ÉVÉNEMENT ART DE VIVRE X BUSINESS FRANCE

PRESTATION

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 cree 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 Pavilion France dans le cadre du salon India Design ID
Participation aux évènements 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

Les opérations à la carte

2026

- **E-learning France Connaisseur** : Formations / Professionnels internationaux
- **Prix de l'Ambassadeur 2026** : Rencontres B2B / Médias internationaux, Professionnels internationaux

2027

- **Newsletter Presse Inde 2027** : Rencontres B2B / Médias internationaux
- **INDE - DEMARCHAGE VIRTUEL 2027** : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- **INDE - DEMARCHAGE PRESENTIEL 2027** : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- **INDE - NEWSLETTER PRO 2027** : Communication B2B / Professionnels internationaux
- **INDE - WEBINAIRE 2027** : Formations / Professionnels internationaux
- **INDE - Campagne commerciale avec l'OTA TBO.com** : Campagnes / Professionnels internationaux
- **INDE Supplément Luxe avec Robb Report 2027** : Campagnes / Grand public international
- **Wedding Planner Event avec Business France** : Rencontres B2B / Professionnels internationaux

E-LEARNING FRANCE CONNAISSEUR

OPÉRATION À LA CARTE

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

PRIX DE L'AMBASSADEUR 2026

OPÉRATION À LA CARTE

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 contribue 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 sponsorisation 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

NEWSLETTER PRESSE INDE 2027

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Inde
Public attendu : Médias internationaux

E-Newsletter destinée à présenter et mettre en valeur de votre produit/ destination/ offre/service auprès de la base de données médias B2C et B2B

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Tous partenaires intéressés par le marché indien

Nombre de partenaires souhaités :
1 au minimum

FORMAT

Indicateur de performance :
Une newsletter 100 % personnalisé à votre offre/annonce, vous proposant une visibilité exclusive et un espace 100 % personnalisé

Profil visiteur :
journalistes, rédacteurs, content creators, influenceurs, bloggers

Visiteur attendu :
environ 400 contacts medias

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

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

INDE - DEMARCHAGE VIRTUEL 2027

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Inde
Type de rendez-vous : Rencontres B2B
Public attendu : Professionnels internationaux

Mission de démarchage virtuel à l'échelle pan-indienne avec une sélection de buyers ciblés par nos soins en fonction de l'offre du partenaire

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

- Institutionnels
- Privés -Les hébergeurs (Hôtels 5* et Palaces, villa), les DMCs (ciblant le segment), les attractions, location de voitures de luxe
- Tous partenaires intéressés par le marché indien

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- Organisation de rendez-vous en ligne préprogrammés (4 – 5 rendez-vous en moyenne par jour ; 15 rendez-vous sur 3 jours)
- Durée : 1 à 3 jours

Profil visiteur :
Les directeurs/ fondateurs / associés des agences de voyage boutiques et des key decision maker's / Managers des ventes des tour-opérateurs.

Visiteur attendu :
4 – 5 rendez-vous en moyenne par jour ; 15 rendez-vous sur 3 jours

Pawar - Asmita asmita.pawar@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

INDE - DEMARCHAGE PRESENTIEL 2027

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Inde
Type de rendez-vous : Rencontres B2B
Public attendu : Professionnels internationaux

Mission de démarchage itinérante à travers des villes choisies en fonction de l'offre du partenaire. De préférence, en passant par Mumbai et Delhi (principales villes émettrices) + une autre ville au choix telle que Bangalore, Chennai, Ahmedabad, Pune, Kolkata dans le cadre de l'exploration des nouveaux bassins de clientèle à fort potentiel.
Cette mission sera accompagnée par notre Responsable de Promotion

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels

Privés -Les hébergeurs (Hôtels 5* et Palaces, villa), les DMCs (ciblant le segment), les attractions, location de voitures de luxe.

Tous partenaires intéressés par le marché indien

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Organisation de rendez-vous préprogrammés en agences / aux endroits adaptés dans chaque ville (4 – 5 rendez-vous en moyenne par jour - soit environ 20-25 rendez-vous au total sur une semaine) avec possibilité d'organiser, dans le cadre des rencontres avec les tour-opérateurs et grandes agences, des séances de formation pour leurs équipes.
Durée : 5 jours (2 villes - Le choix des villes dépendra de la prestation / offre du partenaire)

Profil visiteur :
Les directeurs/ fondateurs / associés des agences de voyage boutiques et des key decision maker's / Managers des ventes des tour-opérateurs.

Visiteur attendu :
4 – 5 professionnels du tourisme rencontrés en moyenne par jour - soit environ 20-25 rendez-vous au total sur une semaine

Pawar - Asmita asmita.pawar@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

INDE - NEWSLETTER PRO 2027

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Inde
Type de rendez-vous : Communication B2B
Public attendu : Professionnels internationaux

E-Newsletter destinée à présenter et mettre en valeur votre produit/ destination/ offre/ service auprès de la base de données B2B loisirs (tour-opérateur/ agences de voyage) en Inde

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Tous partenaires intéressés par le marché indien

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Une newsletter dédiée à l'image de votre marque, vous offrant une visibilité exclusive et un espace 100 % personnalisé

Indicateur de performance :
Le taux d'ouverture en moyenne de 25-35%

Visiteur attendu :
+1500 contacts B2B loisir

Pawar - Asmita asmita.pawar@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

INDE - WEBINAIRE 2027

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Inde
Type de rendez-vous : Formations
Public attendu : Professionnels internationaux

Organiser des webinaires pour renforcer l'expertise et former des professionnels du tourisme indiens sur l'offre touristique du partenaire, faciliter les échanges d'expérience.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Tous partenaires intéressés par le marché indien

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Proposition des webinaires destiné aux professionnels du tourisme pan-India
Le séminaire comprend la présentation de la destination/ offre/ service/ produit ou/et des vidéos en temps réel.
45 minutes de présentation maximum suivie de 15 minutes de questions-réponses

Profil visiteur :
Agences de voyage, OTAs, tour-opérateurs, professionnels du tourisme

Pawar - Asmita asmita.pawar@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

INDE - CAMPAGNE COMMERCIALE AVEC L'OTA TBO.COM

OPÉRATION À LA CARTE

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 dedié aux agences de voyage de TBO.com

Indicateur de performance :
Nombre de reservations effectuées grâce a cette campagne, visibilité B2B presse et a travers les reseaux 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

INDE SUPPLÉMENT LUXE AVEC ROBB REPORT 2027

OPÉRATION À LA CARTE

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'un 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

WEDDING PLANNER EVENT AVEC BUSINESS FRANCE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Inde
Type de rendez-vous : Rencontres B2B
Public attendu : Professionnels internationaux

Organisation des rencontres B2B et un eductour pour une sélection des wedding planners renommés en Inde en partenariat avec Business France Inde.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
tous partenaires intéressés par le marché indien

Nombre de partenaires souhaités :
3

FORMAT

Format de l'opération :
Accueil des weddings planners en France pour environ une semaine en 2 régions françaises. Organisation d'un panel sur l'importance des mariages indiens à l'étranger avec les interventions des planners. Workshop B2B avec des rendez-vous préprogrammés avec les wedding planners.

Visiteur attendu :
environ 20 wedding planners

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

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr