



Bureau : INDE

Rédacteurs : Sheetal
MUNSHAW, Pusha KOTHI
Date : 3/12/25

NOTE DE VEILLE INTERNATIONALE

Tendance marché #1

Selon une étude récente réalisée par Deloitte, l'Inde, en tant que marché émetteur, devrait générer une demande de 145 millions de touristes d'ici 2040 (1)

Tendance marché #2

D'ici 2027, l'Inde devrait devenir le cinquième plus grand marché émetteur, contre le dixième en 2019. (2)

Fun fact / signal faible #1

On constate que les visiteurs indiens souscrivent volontiers une assurance, par crainte d'un refus de visa. En 2023, les demandeurs indiens ont perdu 12,1 millions d'euros en frais non remboursables en raison d'un taux de rejet de 15,7 % dans l'espace Schengen. (3)

Fun fact / signal faible #2

Un jumelage entre les villes de Carcassonne (Occitanie) et Jaisalmer (Rajasthan) a été récemment établi



TONALITE DES MESSAGES LORSQU'IL EST FAIT MENTION DE LA FRANCE

La France bénéficie d'une image très positive en Inde. Elle figure parmi les destinations de l'espace Schengen les plus prisées et jouit d'une forte notoriété grâce à son art de vivre et à son savoir-faire. La grande qualité des relations bilatérales entre la France et l'Inde contribue également à cette notoriété, avec la participation du Premier Ministre MODI au sommet de l'IA en France et la prochaine venue du Président de la République au début 2026 pour renforcer la coopération dans le domaine de l'IA, ainsi que le lancement de l'année de l'innovation Franco-Indienne.



PROPENSION À VOYAGER

D'ici 2030, l'Inde devrait devenir la troisième économie mondiale avec un PIB prévu de 7,3 billions de dollars. (4)

Les voyageurs indiens ont dépensé près de 1,3 milliard de dollars en voyages internationaux en avril 2025. Cela représente une augmentation de 10 % par rapport à l'année précédente et de 13 % par rapport au mois de mars, selon les données de la banque centrale indienne, la Reserve Bank of India. (5)

Le marché touristique émetteur de l'Inde devrait connaître une forte croissance, et atteindre 5 010 milliards INR d'ici 2030 (55,67€ milliards ; ROE : 90) grâce à la hausse des revenus, au développement des plateformes numériques et à la simplification des visas. Avec un TCAM de 14,27 % à partir de 2024, plus de 50 millions d'Indiens exploreront des destinations internationales influencés par les réseaux sociaux, une connectivité améliorée et la tendance croissante pour des voyages expérientiels. (6)


INNOVATION TOURISTIQUE
Analyse générale

L'année 2026 est identifiée comme l'année de l'innovation franco-Indienne dans le cadre de la feuille de route bilatérale entre les deux pays. Reconnaissant les progrès accomplis dans le développement de l'intelligence artificielle, la France et l'Inde s'efforceront de veiller à ce que les normes régissant son utilisation tiennent compte des valeurs démocratiques et mettent son potentiel au service du développement humain et de l'intérêt général (7)

(8) Avant la tenue, en 2026, de l'**« Année franco-indienne de l'innovation »**, un atelier consacré aux perspectives à venir d'une coopération scientifique, technique, culturelle... accrue entre les deux pays s'est déroulé à Paris le 5 mai. A cette occasion, ont été rappelés « la capacité innovante considérable » de l'Inde et le souhait présidentiel français de tripler le nombre d'étudiants indiens en France d'ici 2030. L'Inde, qui consacre moins de 1 % de son PIB à la R&D « a besoin de jeunes talents », a souligné Sanjeev Singla, ambassadeur de l'Inde en France depuis le début d'année 2025. L'AFAS (Agence française pour l'avancement des sciences) était présente à cet atelier.

La relation franco-indienne est un « îlot de stabilité » et il existe « convergence de stratégie » sur l'Indo-Pacifique. C'est ce qu'a déclaré Thierry Mathou, ambassadeur de France en Inde, à l'ouverture le 5 mai 2025 à Paris de « L'Atelier Inde », intitulé « Explorer le potentiel du marché indien à travers l'innovation », auquel l'AFAS a pu participer. En 2026 doit se dérouler « l'année franco-indienne de l'innovation ». Une année qui verra également l'Inde, qui connaît une très forte croissance économique (+6,6 % en 2024) et investit massivement dans le numérique, accueillir un nouveau sommet mondial sur « la sécurité de l'Intelligence artificielle », après celui qui s'est tenu en février 2025 en France.

Les thèmes retenus sont : « Aéronautique et spatial », « Santé, bien-être et alimentation », « Environnement et énergie », « Industries culturelles et créatives ». L'innovation pouvant être comprise sous toutes ses formes : scientifique, industrielle, économique, culturelle, sociétale...

Innovations par thématiques

Data	L'État du Karnataka limite à 300 le nombre de randonneurs par jour sur les sites populaires afin de contrôler les foules et de protéger la nature. Un portail en ligne a été lancé pour les réservations et la gestion des déchets plastiques. Le gouvernement vise à trouver un équilibre entre l'écotourisme et la conservation. Le portail permet également d'effectuer des réservations de groupe et d'annuler de manière flexible. (9)
IA	En Inde, la solution Chatly, qui s'appuie sur l'intelligence artificielle, est spécialement conçue pour les voyages. Chatly intègre plusieurs modèles d'IA afin de gérer les traductions dans de nombreuses langues régionales et internationales et propose des traductions en temps réel pour les conversations avec les habitants. Chatly peut également résumer des documents de voyage dans des formats courts et faciles à lire. (10)
Promotion	Dans le cadre du budget 2025-2026, les initiatives touristiques comprennent : <ul style="list-style-type: none"> - Le développement de 50 destinations touristiques majeures, qui seront modernisées grâce à de meilleures infrastructures, des hébergements et des moyens de transport, en partenariat avec les gouvernements des États.

	<ul style="list-style-type: none"> - Des réformes en matière de visas : simplification du système de visa électronique afin de faciliter les voyages en Inde ; exemption de visa pour certains pays afin de promouvoir le tourisme intérieur : traitement plus rapide des visas pour les touristes médicaux dans le cadre de l'initiative « Heal in India ». - La promotion du tourisme patrimonial et spirituel : développement du tourisme bouddhiste afin d'attirer des visiteurs de pays tels que le Japon, la Chine et la Thaïlande ; restauration et promotion des sites patrimoniaux en Inde ; soutien du gouvernement aux pôles d'écotourisme et de tourisme religieux. - La promotion du tourisme médical en Inde – « Heal in India » : amélioration des installations hospitalières pour les patients internationaux ; facilitation des visas pour les touristes médicaux ; promotion du tourisme ayurvédique et du bien-être. (11)
Mobilité	Améliorer l'accessibilité des destinations moins connues grâce à un programme de connectivité régionale. En 2025, le tourisme sera davantage facilité par le développement d'héliports et de petits aéroports dans des zones reculées et montagneuses, qui bénéficieront d'une meilleure connectivité aérienne, en particulier dans des États comme l'Himachal Pradesh, l'Uttarakhand et le Nord-Est. Des vols régionaux supplémentaires relieront les petites villes aux principaux pôles touristiques, facilitant ainsi les déplacements des visiteurs nationaux et internationaux. (12)
Durabilité	Les panneaux solaires sont largement utilisés pour produire de l'électricité et chauffer l'eau. Les hôtels situés dans des régions à fort ensoleillement, comme le Rajasthan et le Gujarat, ont réalisé d'importants investissements dans des infrastructures solaires. Certains hôtels côtiers, ainsi que des établissements situés en altitude, utilisent des éoliennes pour produire de l'énergie éolienne. Des progrès significatifs ont été réalisés grâce à des partenariats public-privé dans des États comme le Maharashtra. (13)
Technologie immersive	Des visites immersives à 360 degrés, générées par l'IA, de monuments tels que le Fort d'Amer à Jaipur ou le Fort Rouge à Delhi offrent un aperçu réaliste des sites historiques de l'Inde. Ces technologies sont particulièrement utiles pour attirer les visiteurs internationaux et promouvoir des destinations moins connues. (14)
Offre touristique et nouvelles expériences de séjour	L'Afrique du Sud intensifie ses efforts en Inde avec un nouveau système de visa électronique et un guichet dédié aux visas pour la Coupe du monde de cricket 2027. Outre de nouvelles attractions et des discussions plus larges sur le transport aérien, l'objectif est de rendre les voyages plus rapides, plus faciles et beaucoup plus attrayants pour les Indiens. (15)

ATTENTES DES CLIENTELES LOCALES

Analyse générale

Le rapport Skyscanner Travel Trends 2025 met en lumière sept tendances spécifiques qui devraient stimuler les voyages en Inde. Il s'agit notamment des expériences liées aux sports, aux aventures astro, au bien-être, à l'art immersif, à l'horticulture, aux jeux et aux expériences en plein-air. Les voyageurs indiens cherchent à aligner leurs expériences de voyage sur leur mode de vie et leurs goûts personnels.

Le rapport note également que si les destinations traditionnelles restent populaires, il y a un intérêt croissant pour la découverte de nouveaux endroits tels que l'Azerbaïdjan et la Géorgie. Cette tendance est soutenue par une augmentation des recherches d'hébergement à l'international. (16)

Les 10 destinations internationales les plus recherchées par les voyageurs indiens au premier semestre 2025 étaient : Dubaï, Singapour, Bangkok, Londres, Tokyo, Paris, Kuala Lumpur, Phuket, Bali et Abou Dabi. En Asie-Pacifique, le Japon est resté la destination la plus populaire de la région, suivi de près par la Corée du Sud et la Thaïlande. Les voyages intrarégionaux ont fortement progressé, Kuala Lumpur, Hô-Chi-Minh-Ville, Sydney et Tokyo arrivant en tête dans leurs marchés locaux. À noter que Londres et Paris étaient les seules villes hors Asie-Pacifique à figurer dans le top 10, ce qui montre que la proximité, la familiarité culturelle et la commodité des voyages influencent les choix en 2025. (17)

Eléments de tendances par segment de clientèle

Famille	Voyages multigénérationnels, avec une préférence pour des séjours plus longs, la découverte de différentes régions et des expériences immersives en famille.
Jeune	Voyages motivés par la participation à des évènements sportifs et culturels, ainsi qu'à des concerts. Les milléniaux préfèrent des voyages moins nombreux mais plus longs et luxueux, en privilégiant la flexibilité et le confort. (par exemple, les hôtels)
Senior	Préférence pour les voyages groupes, les vacances en croisière et le slow travel.
Groupes	Emergence de groupes réservés aux femmes, émergence de groupes voyageant en hiver ou en dehors de la haute saison classique indienne.
Affaires / MICE	Premiumisation de l'offre MICE. Augmentation du nombre de voyages incentives premium vers des destinations haut de gamme. Programmation de nouvelles régions et expériences.
Haute contribution	Selon Condé Nast Traveller India et d'autres sources, les principales tendances en matière de voyages de luxe pour les voyageurs indiens comprennent : des voyages axés sur l'hébergement, où le lieu de séjour est l'attraction principale ; des expériences alliant sophistication et durabilité ; et un accent mis sur l'exclusivité, à travers des aventures privées et uniques telles que des safaris sur mesure. Le bien-être est

désormais considéré comme une nécessité plutôt que comme un luxe, et l'intérêt pour les destinations locales et internationales s'accroît pour divers types de voyages, des escapades romantiques aux vacances en famille en passant par les mariages à l'étranger. (18)

Autre

Augmentation de la demande de voyages pour les séances photos. (par exemple un 50^{ème} anniversaire ou 20 ans de mariage).



TOURISME DURABLE

Analyse générale

73 % des voyageurs indiens, un chiffre nettement supérieur aux 42 % mondiaux, privilégient les options de voyage durables lors de la réservation de leurs voyages. Cette évolution témoigne d'un intérêt croissant pour des expériences qui vont au-delà de la simple visite, en favorisant l'immersion culturelle, la réduction des déchets et des pratiques de voyage responsables.

Les données révèlent une approche proactive axée sur la réduction des déchets, le soutien aux économies locales et l'adoption de comportements de voyage responsables. Au cours de l'année passée (2025), 48 % des voyageurs indiens ont emporté des bouteilles d'eau réutilisables, tandis que 42 % ont recyclé leurs déchets en voyage. De plus, 39 % ont fait des efforts pour éviter l'utilisation de plastique à usage unique. En 2025, 42 % des voyageurs indiens (contre seulement 19 % dans le monde) ont envisagé de participer à des activités comme l'observation de la faune ou la découverte de l'environnement, ce qui témoigne de la dynamique continue du tourisme responsable. (19)

Mobilités décarbonées (ferroviaire, cyclotourisme, etc.)

L'Inde prévoit une extension de son réseau ferroviaire à grande vitesse de 7 987 kilomètres d'ici 2051. (20)

Eau

Indian Hotels Company Limited (IHCL) réaffirme son engagement en faveur d'une gestion durable de l'eau.

Au cours de l'exercice 2024-2025, IHCL a réussi à réduire sa consommation d'eau de plus de 20 % par rapport à l'année précédente. Actuellement, 48 % du total des eaux usées générées dans les hôtels IHCL sont recyclées, ce qui constitue une avancée significative grâce à des efforts de conservation ciblés, en particulier dans les régions soumises à un stress hydrique élevé.

Taj Lands End, Mumbai : mise en place d'un système de collecte des eaux de pluie afin d'optimiser la consommation d'eau.

Taj Resort & Convention Centre, Goa, et Cidade de Goa – IHCL SeleQtions : réduction de la dépendance vis-à-vis des sources d'eau externes grâce à la restauration des étangs sur place et au recyclage d'environ 8 540 KI d'eau par mois pour l'irrigation et le refroidissement. (21)

Energie	Dans la vallée de Spiti, les touristes peuvent séjourner dans des maisons d'hôtes axées sur l'énergie solaire, la gestion des déchets et le bien-être de la communauté. (22) Pour lutter contre le problème croissant de la pollution plastique, le gouvernement indien a introduit les Plastic Waste Management Rules, 2016 (modifiées en 2022) afin de réglementer l'élimination des déchets plastiques et d'encourager le recyclage. L'interdiction des plastiques à usage unique est une mesure clé pour réduire les déchets plastiques en Inde.
Déchets	L'Inde encourage activement les projets de valorisation Waste to Energy (WTE), qui utilisent des machines de gestion des déchets pour convertir les déchets solides en électricité, en bio-GNC ou en compost. Des villes comme Indore, Delhi et Pune ont mis en place avec succès des usines de valorisation énergétique des déchets qui contribuent à réduire les déchets mis en décharge et à produire de l'énergie renouvelable. (23)
Tourisme pour tous	En 2022, le gouvernement indien a publié les lignes directrices sur le tourisme accessible, fournissant des recommandations détaillées aux entreprises touristiques pour créer des expériences accessibles. Ces lignes directrices couvrent tous les aspects, depuis les transports et hébergements accessibles jusqu'à la mise à disposition de services essentiels, comme des interprètes en langue des signes et des sanitaires adaptés. Le ministère indien du Tourisme a également lancé des campagnes pour promouvoir le tourisme inclusif. Les grandes villes telles que Delhi, Mumbai et Bangalore améliorent leurs infrastructures afin de répondre aux besoins des personnes handicapées. Par exemple, l'aéroport international Indira Gandhi de Delhi a déployé des efforts considérables pour fournir des services accessibles, notamment une assistance spéciale aux passagers à mobilité réduite. (24)
Gestion des flux	L'une des principales caractéristiques de la Stratégie Nationale indienne pour l'Écotourisme est l'intégration d'une plateforme numérique qui rationalise les réservations touristiques, fournit des informations et applique des normes d'écocertification pour garantir des pratiques touristiques à faible impact, l'utilisation d'énergies renouvelables, la gestion des déchets et l'emploi communautaire. (25)
Satisfaction des clientèles	Lancement de la stratégie nationale pour le tourisme durable (2022) : elle vise à intégrer la durabilité dans le secteur du tourisme. Elle s'articule autour de sept piliers stratégiques tels que la promotion de la durabilité environnementale, la protection de la biodiversité, la promotion de la durabilité économique, la promotion de la durabilité socioculturelle, la certification du tourisme durable, l'information, l'éducation et la communication (IEC) et le renforcement des capacités, ainsi que la gouvernance. Programme Travel for LiFE : lancé dans le cadre de la Mission LiFE (Lifestyle for Environment), ce programme encourage les touristes et les entreprises touristiques à adopter des pratiques durables.

	<p>Il se concentre sur des thèmes tels que les économies d'énergie, la réduction des déchets et l'autonomisation des communautés locales. L'objectif est de garantir que le tourisme contribue positivement à l'économie tout en préservant l'environnement et en bénéficiant aux communautés locales.</p> <p>Feuille de route du G20 pour le tourisme à Goa : elle présente un plan d'action pour un tourisme mondial durable. Elle souligne le rôle du tourisme dans la croissance économique, la gestion de l'environnement et l'inclusion sociale.</p> <p>Swadesh Darshan 2.0 : il se concentre sur le développement de destinations touristiques durables et responsables. Il vise à créer des destinations durables sur le plan environnemental, viables sur le plan économique et inclusives sur le plan social. (26)</p>
Emploi	Les resorts de la chaîne de Sahyadri dans le Maharashtra mettent l'accent sur la récupération des eaux de pluie, la gestion des déchets et l'emploi des communautés tribales locales. (22)
Biodiversité	Le parc national de Satpura, dans l'État du Madhya Pradesh, propose des safaris à pied et des excursions en canoë pour observer les oiseaux. (22)
Investissement	Le programme Swadesh Darshan Scheme 2.0 (SD 2.0), qui met l'accent sur le tourisme durable et responsable, continuera à se développer, avec 34 projets déjà approuvés dans le cadre de cette initiative, bénéficiant d'un financement total de 793,2 crores de soit roupies soit 75 986 908 euros. (26)



DISTRIBUTION (à destination de la France et de ses principaux concurrents)

Le marché indien du tourisme de luxe se développe fortement, avec un taux de croissance annuel prévu de 10 à 12 %. Les voyageurs indiens sont de plus en plus à la recherche d'expériences de luxe authentiques et immersives. Le réseau de Serendipians en Inde comprend environ 24 agences de voyage et, depuis peu, Takumians, la nouvelle marque de Serendipian, est également présente en Inde avec environ 4 à 5 agences de voyage qui font partie de ce réseau.

La taille du marché indien des voyages en ligne (OTA) est estimée à 19,05 milliards USD en 2025, et devrait atteindre 31,38 milliards USD d'ici 2030, avec un TCAM de 10,5 % au cours de la période de prévision (2025-2030). Parmi les acteurs qui cherchent à tirer parti de la croissance des voyages internationaux entrants et sortants depuis l'Inde, on peut citer MakeMyTrip, qui a annoncé son intention de s'étendre aux Émirats arabes unis, et EaseMyTrip, qui étend sa présence internationale, en particulier dans les villes internationales où les Indiens voyagent le plus. (27)

Dans les agences de voyages familiales, la deuxième ou la troisième génération de la famille est de plus en plus souvent amenée à reprendre l'entreprise. Ces agences de voyages offrent des services plus personnalisés et disposent d'une base de données de clients fidèles.



MARKETING / STRATEGIE DE DESTINATION

Stratégie locale adaptée au marché

Sara Tendulkar, fille de la légende du cricket Sachin Tendulkar, est devenue le nouveau visage de la campagne renouvelée « Come and Say G'day » de Tourism Australia, dévoilée en Inde le 20 août 2025. La

campagne marque un chapitre de l'initiative mondiale de l'Australian Tourism Board qui vise à établir un lien profond avec les voyageurs indiens à travers des expériences personnelles authentiques. (28)

Switzerland Tourism a lancé une nouvelle série YouTube, Ticket to Switzerland, mettant en scène quatre équipes de créateurs indiens qui explorent des destinations suisses emblématiques à travers des défis de voyage compétitifs. L'émission met en avant des villes comme Zurich et Interlaken, entre autres. La série s'adresse au jeune public indien en quête d'inspiration et de voyages immersifs. (29)



THEMATIQUES D'ACTUALITÉ

Saisonnalité touristique	Dans le but d'attirer davantage de touristes internationaux pendant l'été et, parallèlement, de désengorger les stations de montagne surpeuplées du pays, le ministère du Tourisme a lancé une campagne sur les réseaux sociaux intitulée « Cool Summer of India » en 2024. L'objectif est de déconstruire l'idée reçue selon laquelle l'Inde serait trop chaude en été et ne constituerait donc pas une destination attrayante à visiter, notamment en mai et en juin. Cette campagne aidera les États à détourner l'afflux de touristes vers d'autres destinations moins fréquentées et à contrôler le flux touristique dans les lieux habituels tels que Manali, Mussoorie, Nainital et Shimla. Les villes sont bloquées pendant les mois d'été en raison des embouteillages, car les touristes de tous les États et territoires de l'Union se pressent dans les villes. (30)
Nouvelles stratégies des destinations à (très) fortes fréquentation	Des initiatives gouvernementales telles que « Adopt a Heritage 2.0 » et « Chalo India » rendent les sites patrimoniaux plus interactifs et attrayants. Des États comme le Rajasthan ont redynamisé leur image grâce aux campagnes créatives, attirant des visiteurs indiens ainsi que des étrangers. (31)
Espaces touristiques (littoral...)	Les « shrineations », qui combinent pèlerinage et loisirs, gagnent en popularité auprès de la génération Z et des milléniaux, stimulant ainsi la croissance du tourisme spirituel. Des destinations indiennes spirituelles telles que Rishikesh, Bodh Gaya et Kedarnath offrent un mélange de spiritualité, d'aventure et de bien-être, attirant ainsi les jeunes voyageurs. Les réseaux sociaux et les agences de voyage jouent un rôle clé dans cette tendance, répondant au désir d'expériences enrichissantes et d'épanouissement personnel. (32)
Tourisme expérientiel	Skyscanner a récemment publié son dernier rapport sur le tourisme culturel, soulignant une tendance croissante chez les Indiens à voyager à la recherche d'un patrimoine, de traditions et d'expériences locales authentiques. Selon les résultats, 82 % des voyageurs indiens sont très désireux de visiter des destinations principalement pour leur offre culturelle, les jeunes générations - les Millennials (84 %) et la génération Z (80 %) - étant à la tête de cette vague croissante de curiosité culturelle. (33)

Avec la croissance exponentielle du marché indien du « wildlife tourism », les expériences immersives dans la jungle figurent parmi les priorités des voyageurs. Ainsi, le nombre de chambres d'hôtels de marque à proximité des destinations fauniques est passé de 1 139 en 2022 à 2 793 cette année, soit une augmentation de 145 %, portée par un intérêt croissant pour la conservation de la faune et le tourisme durable. (34)

Outre-mer

La campagne lancée par les Maldives, « From Tiranga to Turquoise » (De Tiranga à Turquoise), reflète l'engagement des Maldives à accueillir davantage de voyageurs indiens et à renforcer les liens culturels et touristiques entre les deux nations. Il convient de noter que l'Inde reste l'un des principaux marchés émetteurs des Maldives.

Les activités prévues dans le cadre de cette campagne comprennent :

- Des collaborations avec des influenceurs, tant des micro-créateurs que des macro-créateurs
- Des voyages de familiarisation pour les médias afin de mettre en avant l'hospitalité maldivienne
- Des reportages et des publireportages dans les principaux journaux indiens
- Des tournées de présentation dans trois villes avec des compagnies aériennes, des médias et des partenaires du secteur du voyage. (35)

Culture, patrimoine, œnotourisme

Le tourisme culturel est en plein essor en Inde. Les voyageurs d'aujourd'hui, notamment les Millennials et la génération Z, recherchent délibérément des expériences ancrées dans la tradition, le patrimoine et une vie communautaire authentique. Des rapports de 2025 montrent que plus de huit touristes indiens sur dix placent les activités culturelles parmi leurs priorités lors de la planification de leurs voyages. Il s'agit de participer à des festivals, de découvrir des formes d'art locales, de goûter à la cuisine régionale et de comprendre les histoires des communautés. La nouvelle approche est immersive où le voyage devient un moyen de se connecter aux gens, aux valeurs et aux traditions. (31)

La campagne Dekho Apna Desh, par exemple, encourage les voyages domestiques en proposant des incitations aux citoyens pour explorer la diversité culturelle et naturelle de l'Inde.

Le programme PRASHAD (Pilgrimage Rejuvenation and Spiritual Augmentation Drive) met l'accent sur le renouveau du pèlerinage et le tourisme spirituel en améliorant les infrastructures des principaux sites religieux. Le gouvernement fera activement la promotion des destinations indiennes à l'échelle mondiale, en particulier dans les pays du G20 et des BRICS, afin d'attirer les voyageurs internationaux à budget élevé. (36)

L'Inde développe le tourisme viticole en 2025 en mettant l'accent sur des expériences immersives telles que les séjours dans les vignobles, en promouvant des régions établies comme Nashik et en s'étendant à de nouvelles zones. Les principaux développements comprennent la création d'itinéraires sur mesure, l'amélioration de l'éducation au vin et l'intégration d'activités culturelles et culinaires, tout en explorant des options touristiques durables et respectueuses de l'environnement. Le secteur connaît une croissance grâce à l'augmentation des investissements et à l'accent mis sur les voyages expérientiels, qui s'adressent à la fois aux visiteurs nationaux et internationaux. (37)

- (1) [NextGen travellers and destinations | Deloitte Global](#) (slide 20)
- (2) https://www.business-standard.com/india-news/india-poised-to-become-the-5th-largest-market-for-travel-and-tourism-123120700919_1.html
- (3) https://www.business-standard.com/immigration/need-a-schengen-visa-a-guide-to-the-travel-insurance-you-must-have-125052201149_1.html
- (4) <https://www.pib.gov.in/PressNoteDetails.aspx?NotId=155121&ModuleId=3®=3&lang=2>
- (5) <https://skift.com/2025/06/27/travel-is-indias-biggest-global-spending-category-heres-how-much-they-spent/>
- (6) <https://www.researchandmarkets.com/report/india-outbound-travel-market#:~:text=Market%20influencers,repeat%20and%20seasonal%20travel%20demand>
- (7) <https://in.diplomatie.gouv.fr/fr/visite-du-premier-ministre-narendra-modi-en-france>
- (8) <https://www.afas.fr/une-cooperation-scientifique-et-technique-accrue-entre-la-france-et-linde/>
- (9) <https://timesofindia.indiatimes.com/travel/travel-news/new-trekking-rules-in-karnataka-300-trekkers-per-day-cap-introduced/articleshow/113971427.cms>
- (10) <https://www.uniindia.com/multilingual-travel-made-easy-how-ai-chatbots-are-the-indian-traveller-s-language-barrier/press-releases/news/3653714.html>
- (11) <https://indiabeyondcurry.com/2025/02/05/india-tourism-growth-budget-2025-2026/>
- (12) <https://www.pib.gov.in/PressReleasePage.aspx?PRID=2124459®=3&lang=2>
- (13) <https://hospitality.economicstimes.indiatimes.com/news/speaking-heads/how-renewable-energy-is-transforming-hotels-across-india/111013723>
- (14) <https://indiaai.gov.in/article/ai-technology-and-digital-platforms-transforming-india-s-tourism-sector>
- (15) <https://travtalkindia.com/faster-e-visa-and-special-world-cup-visa-desk/>
- (16) <https://www.livemint.com/news/trends/travel-trends-2025-how-indians-are-planning-to-travel-next-year-skyscanner-on-top-destinations-in-india-and-abroad-11729859820126.html>
- (17) <https://www.traveltrendstoday.in/bookingcom-reveals-travel-trends-from-h1-2025#:~:text=Top%20searched%20international%20destinations%20on,wellness%20goals%20and%20cultural%20curiosity.>
- (18) <https://www.cntraveller.in/sponsored/story/the-evolution-of-luxury-travel-in-2025#:~:text=A%20modern%20luxury%20traveller%20often,hotels%20committed%20to%20sustainable%20practices>
- (19) <https://www.businessstoday.in/amp/lifestyle/travel/story/world-tourism-day-sustainable-travel-surges-among-73-of-indian-tourists-495742-2025-09-25>
- (20) <https://www.drishtiias.com/summary-of-important-reports/towards-decarbonising-transport-2023>
- (21) <https://www.hotelierindia.com/operations/ihcl-leads-the-way-in-sustainable-water-stewardship>
- (22) <https://www.awesomeindia.in/eco-tourism-in-india-the-ultimate-state-by-state-guide/> **A noter : Cet article contient des informations pertinentes sur les thèmes suivants : énergie, biodiversité et emploi.**
- (23) <https://thegreenplanetsolutions.com/blog/5-waste-management-initiatives-taken-by-the-indian-government/#:~:text>To%20address%20the%20growing%20problem,management%20machines%20for%20plastic%20recycling.>
- (24) https://www.travelandtourworld.com/news/article/usa-joins-ukraine-india-australia-japan-and-slovenia-to-transform-the-future-of-accessible-tourism-breaking-barriers-and-paving-the-way-for-inclusive-travel-across-the-globe/#google_vignette
- (25) <https://www.impriindia.com/insights/indias-sustainable-eco-tourism-policy/>
- (26) <https://www.nextias.com/ca/editorial-analysis/17-12-2024/india-sustainable-tourism-path#:~:text=Government%20initiatives%20and%20Strategies,environmental%20stewardship%2C%20and%20sustainable%20tourism>

20social%20inclusion A noter : Cet article contient des informations pertinentes sur les thèmes suivants : satisfaction des clientèles et l'investissement.

- (27) <https://www.researchandmarkets.com/reports/5458950/india-online-travel-market-share-analysis?srsltid=AfmBOoqzHJXWBgjSO0FxSZT9LpM2xK-1CGt3VjFRIGDTHTDg6vR6Tblf>
- (28) <https://www.cnbctv18.com/travel/destinations/sara-tendulkar-joins-tourism-australias-new-campaign-to-attract-indian-travellers-19658429.htm>
- (29) <https://travel.economictimes.indiatimes.com/news/tourism/film/switzerland-tourism-launches-ticket-to-switzerland-youtube-series-with-top-indian-influencers/123473944>
- (30) <https://www.newindianexpress.com/nation/2024/May/04/cool-summer-of-india-campaign-seeks-to-boost-tourism-in-lesser-known-cities-during-summer>
- (31) <https://indianblog.co.in/culture-tourism-why-millennials-and-gen-z-are-redefining-travel-in-2025/> A NOTER- Cet article contient des informations pertinentes sur les thèmes suivants : Nouvelles stratégies des destinations à (très) fortes fréquentations+ Culture, patrimoine
- (32) <https://timesofindia.indiatimes.com/life-style/travel/destinations/shrinecations-how-gen-z-and-millennials-are-redefining-pilgrimage-with-style/articleshow/120822760.cms>
- (33) <https://thewire.in/ptiprnews/indiast-cultural-wanderlust-on-the-rise-skyscanner-reveals-8-in-10-indians-plan-trips-around-culture-in-2025>
- (34) <https://www.hotelivate.com/hotel-development/untamed-wonders-an-insight-into-indias-wildlife-potential/#:~:text=Hotel%20brands%20have%20not%20been,Jawai%20and%20Kumbhalgarh%20in%20Rajas,than>
- (35) <https://www.traveltrendstoday.in/maldives-sets-sights-on-200000-indian-visitors-unveils-new-campaign>
- (36) <https://www.newindianexpress.com/xplore/2025/Feb/12/top-initiatives-shaping-indias-travel-landscape-in-2025>
- (37) <https://www.bwtravel.com/experiences/get-topsy-in-2025-with-these-famous-wine-tours-in-india-8989873#:~:text=Grover%20Zampa%20Vineyards%2C%20Bengaluru,the%20region%20is%20famous%20for>