RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

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.
Le nombre de départs à l'étranger pour la période janvier-juillet 2023 est de 15,4 millions avec une prévision de 496 000 arrivées pour la France (janvier-décembre 2023).

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.
Depuis la reprise, 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

5ème
économie mondiale

15ème
marché international pour la France

108,7
millions de détenteurs de passeports

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

- 5ème économie mondiale
- 1, 42 milliard d'habitants
- Taux de croissance : le Fonds monétaire international (FMI) prévoit une croissance du PIB de l'Inde à 6,1 % pour 2023 et à 6,3 % pour 2024.
- PIB par habitant : il devrait atteindre 2 221 USD d'ici la fin de 2023, selon les modèles macroéconomiques mondiaux de Trading Economics et les prévisions des analystes.
- Taux d'inflation entre 5,4 et 7 % prévu pour 2023-2024
- 15 milliards d'euros d'investissements des groupes français (source IFCCI)

Positionnement de la destination France

En 2022, les voyageurs indiens ont effectué environ 10 millions de voyages à l'étranger, ce qui en fait le premier marché source asiatique pour les voyages à l'étranger.
D'ici 2024, les Indiens devraient dépenser plus de 42 milliards de dollars par an en voyages à l'étranger.
La destination de voyage préférée des Indiens en 2022 était Dubaï, suivie des États-Unis, de la Thaïlande, de l'Arabie saoudite et de Singapour
En Europe, La France est la destination la plus populaire pour les voyageurs indiens parmi les pays de l'espace Schengen, selon un rapport des statistiques sur les visas Schengen 2022.
Le marché indien est le 15ème en 2022 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 (à mi-juin) : 499,180
Recettes :
En 2019 : USD 0,24 milliards
En 2020 : USD 0,05 milliards
En 2021 : USD 0,07 milliards
En 2022 : USD 0,29 milliards
En 2023(mi-juin) : USD 0,47 milliards
Source Oxford Economics - MAJ le 25 juin 2023
Connectivité aérienne avec la France :
39 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 : de 5 à 7 vols par semaine
- Chennai : de 5 à 6 vols par semaine

La compagnie indienne Vistara propose quant à elle des vols depuis Delhi (5 vols hebdomadaires), de même pour Air India (7 vols hebdomadaires).

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
Paris est sur « le bucket list » de l'ensemble des touristes

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 cette année 2500 personnes de Asian Paints ont organisé leurs incentives en France parmi plusieurs d'autres incentives.
Le succès de grands mariages organisés en France notamment le plus grand mariage indien en France de 900 personnes en pleine pandémie (Novembre 2021) dans le cadre des bulles aériennes avec privatisation de Georges V, Prince de Galles et les évènements qui ont eu lieu dans les lieux iconiques tels que l'Opéra, Le Petit Palais etc. Ce segment porteur est en pleine évolution et bénéfice du soutien de l'Ambassade de France en Inde dans le cadre de l'accompagnement des demandes de visas réassure les wedding planners et les encourager à programmer avec confiance la destination France.

Les Top 5 destinations des indiens en France

- Paris - Ile de France
- Provence Alpes – Côte d'Azur
- Alpes Mont Blanc
- Grand Est
- Hauts de France

Place du tourisme durable :

Le tourisme durable est un concept en pleine évolution en Inde. Dans le pays, le nombre d'hébergements et d'expériences respectueux de l'environnement est en augmentation. Le voyageur indien est conscient de l'impact des mesures durables et tente peu à peu de les intégrer dans son voyage. Les belles initiatives ont été prises en Inde dans le domaine de l'hôtellerie. Par ex : Les hôtels Taj du groupe Tata ont lancé en mars 2022 leur programme de

développement durable, "Paathya", qui vise à éliminer d'ici 2030 l'utilisation de plastiques à usage unique et à répondre aux besoins en eau par le recyclage et la réutilisation.

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 type Relais & Châteaux
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.

Les actions phares de 2023

Le marché Inde en un clin d'oeil

Chiffres clés | Marché

ATOUT FRANCE
Agence de développement touristique de la France

Inde

Taux de change

88,81

Quelques données économiques

- 1420 millions d'habitants
- 2256€ PIB / habitant
- Taux de croissance prévu à 6% pour 2023 par le FMI

Données touristiques

28 Millions de voyages à l'étranger en 2019

10,8 Millions de voyages à l'étranger en 2022

4 99 180 des indiens se sont rendus en France en 2023 (jusqu'à mi juin)

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 est la 1re destination pour les Indiens dans l'espace Schengen
- 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

2 Montagne

1 Tourisme urbain

3 Tourisme Littoral

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

Prestations proposées sur ce marché

Les évènements programmés

- **Salon EPEX 2025** : Salons / Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux
- **INDE - FRANCE EXCELLENCE 2025** : Salons / Professionnels internationaux

SALON EPEX 2025

PRESTATION

Marchés d'intervention : Inde
Type de rendez-vous : Salons
Public attendu : Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux

- EPEX est un salon dédié au tourisme d’affaires ainsi que le segment de mariage «destination weddings » sur 2 jours.

OBJECTIFS

- Mise en relation avec des professionnels dans le domaine de voyage d'affaires ainsi que des wedding planners de l'Inde (60%), du Moyen-Orient et des autres marchés potentiels (Afri
- Mieux connaitre le marché, les segments, les tendances, les besoins spécifiques de la clientèle.
- Faire la promotion de son offre/ service/ établissement/ destination auprès d'une audience ciblée et qualifiée

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels Privés -Les hébergeurs (Hôtels 4*, 5* et Palaces, villa, appartements), les DMCs, les attractions, les traiteurs, les lieux d'exception pour l'évènementiel, des agences événementielles en France. Tous partenaires intéressés par les segments concernés.

Nombre de partenaires souhaités :
6 au minimum

Visibilité partenaire :
Branding sur des réseaux de communication en tant que « Showcase Partner » Un espace de 4m2 pour chaque partenaire avec installation et branding de la société Logo du partenaire intégré dans les emailers par EPEX 1 meeting diary pour chaque partenaire

CONDITIONS

Date limite d'inscription :
le 20 décembre 2024

Précisions tarifaires :
7200€ HT pour la participation d'une société ou organisme (sur la base de 6 partenaires) INCLUSIONS - L'hébergement - Un espace de 4m2 au salon avec installation et branding de la société - Participation à la soirée de gala de l'EPEX - Frais d'organisation Atout France (650€ HT par partenaire) NON-INCLUS - Les dépenses personnelles - Vols et transferts

FORMAT

Liste des sessions :
SALON EPEX 2025

Date de début	:	03 septembre 2025
Date de fin	:	04 septembre 2025
Date limite d'inscription	:	20 décembre 2024

Profil visiteur :
Les directeurs/ fondateurs / key decision maker's / Managers des ventes des tour-opérateurs / acheteurs MICE et corporate / wedding planners / top corporates / segment sports

Visiteur attendu :
300 + visiteurs

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

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

INDE - FRANCE EXCELLENCE 2025

PRESTATION

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

Edition inédite du workshop France 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.
Organisation d’un panel d’experts en présence des acteurs principaux de l'industrie du luxe
2 soirées de networking programmées pendant le workshop : Une avec l’ensemble des professionnels participants et une avec la presse.
Organisation d’un événement avec les wedding planners (Au Choix)

LES DATES SONT 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, appartements), les DMCs, les attractions et autres agences événementiels en France, location de voitures de luxe. Tous partenaires avec une offre luxe intéressés par le marché du luxe 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 :
Le 31 mars 2025

Précisions tarifaires :
6150€ HT pour la participation d'une société ou organisme (sur la base de 15 partenaire au minimum) 10 000 € HT pour l'organisation d'un événement avec les wedding planners 3400 € HT par partenaire (sur la base de 3 partenaires min)

FORMAT

Liste des sessions :
FRANCE EXCELLENCE 2025

Date de début	:	10 novembre 2025
Date de fin	:	13 novembre 2025
Date limite d'inscription	:	31 mars 2025

Profil visiteur :
Les directeurs/ fondateurs / associés des agences de voyage boutiques et des key decision maker's / B2B et B2C presse / influenceurs/ les acteurs principaux de l'industrie du luxe

Visiteur attendu :
32 visiteurs

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

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

Les opérations à la carte

2024

- **E-learning France Connaisseur** : Formations / Professionnels internationaux
- **Formation oenotourisme pour les pros indiens** : Formations

2025

- **E-Supplement France with the Family** : Campagnes
- **Prix de l'Ambassadeur 2025** : Campagnes

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

Depuis 2023, 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

FORMATION OENOTOURISME POUR LES PROS INDIENS

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Inde
Type de rendez-vous : Formations
Espaces et filières : Œnotourisme

Cours en ligne pour les amateurs de vin, niveau débutant, sur les régions viticoles françaises animé par Mme Sonal Holland – la seule MW (Master of Wine) en Inde

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels, Privés [Hôteliers, les OTs, Les CRT, des monuments, des attractions, shopping…]

Nombre de partenaires souhaités :
5 partenaires au minimum

FORMAT

Format de l'opération :
Cours en ligne hébergé sur le site www.sonalhollandwineacademy.com. Le cours donnera un aperçu des régions viticoles françaises, du terroir, des cépages, des styles, des producteurs emblématiques et des lieux incontournables à visiter dans ces régions. Il couvrira les principales régions de Bordeaux, de Bourgogne, du Beaujolais, de la vallée du Rhône, de la Loire, de l'Alsace, du Sud de la France, de la Champagne et l'Occitanie. Le cours en ligne offre aux participants la possibilité de se familiariser avec le vin, les régions et les destinations vignobles à leur convenance et à leur rythme.

Indicateur de performance :
Nombre d'inscriptions
Nombre de diplômés
Visibilité sur les réseaux sociaux

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

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

E-SUPPLEMENT FRANCE WITH THE FAMILY

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Inde
Type de rendez-vous : Campagnes

Les vacances en famille en Inde représentent une part importante des voyages à l'étranger et il est important d'avoir une communication ciblée et régulière avec cette catégorie de voyageurs pour leur proposer de nouvelles idées et de nouvelles expériences du séjour.
Pour 2025, nous proposons la création d'un supplément digitale de 20 pages autour de la thématique – « France with the Family » en collaboration avec le magazine de voyages renommé – Travel+Leisure

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels, Privés [Hôteliers, les Ots, Les CRT, des monuments, des attractions…]

Nombre de partenaires souhaités :
10 au minimum

FORMAT

Format de l'opération :
Opération 100% en ligne.

Indicateur de performance :
Reach du supplement et engagement des posts sur les reseaux sociaux

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

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

PRIX DE L'AMBASSADEUR 2025

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Inde

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