



**Service presse de  
Tirol Werbung**

**Tirol Werbung**  
 Maria-Theresien-Str. 55  
 A-6020 Innsbruck  
 Tel.: +43.512.5320-320  
 Fax: +43.512.5320-92320  
 presse@tirol.at

## Le Tyrol en chiffres

### Histoire/développement du tourisme au Tyrol

Le tourisme au Tyrol est riche d'une histoire longue de plus de 150 ans :

- Débuts du tourisme tel qu'on l'entend aujourd'hui au début / milieu du XIXème siècle par le Club alpin, les villégiatures, les voyages de formation, les scientifiques et les pionniers de l'alpinisme (les Anglais!)
- 1862 Crédation du Club alpin autrichien
- 1869 Crédation du Club alpin allemand
- À la fin du XIXème siècle, l'hiver devient aussi une saison touristique (Kitzbühel, St. Anton), mais de manière significative qu'après la 1ère Guerre Mondiale - Crédation de clubs du ski et d'écoles de ski, films de ski sur l'Arberberg
- Après un effondrement pendant et peu après la 2ème Guerre Mondiale, on renoue au début des années cinquante avec le succès connu autour de 1930; en 1958/59, la barre symbolique des 10 millions de nuitées est franchie, trois ans plus tard celle des 15 millions
- Différents facteurs accompagnent la marche triomphale de la saison d'hiver : les remontées mécaniques, le passage des écoles de ski à la modernité, Toni Sailer, l'exploitation des glaciers, les courses de ski de Kitzbühel et St. Anton, les Jeux Olympiques
- A l'inverse, l'intérêt pour les vacances d'été stagne - renforcement constant des infrastructures
- Petit accroc à la vague de succès du tourisme tyrolien au début des années soixante-dix (crise pétrolière), les années 80 sont considérées comme l'âge d'or de l'économie des loisirs dans la région.
- Les mots-clés de « tourisme doux » et « tourisme intelligent »
- Depuis le début des années quatre-vingt-dix, le tourisme tyrolien doit s'affirmer avec plus de force dans la concurrence mondiale en matière de voyages - la nature exceptionnelle, l'hospitalité et le caractère accueillant, de même qu'un excellent rapport qualité-prix, sont certes des facteurs décisifs pour se démarquer par rapport à la concurrence, mais des offres sans cesse adaptées et un travail innovant de marketing et de communication sont également nécessaires

### Données & chiffres

#### Année touristique 2009/10

- Arrivées : 9,3 millions (+2,2% par rapport à l'année précédente)
- croissance continue du nombre d'arrivées depuis 10 ans
- Nuitées : 42,971,836 millions (-0,3%)
- 92 % des nuitées au Tyrol ont été générées par des visiteurs étrangers
- La durée moyenne de séjour est de 4,6 jours

#### Hiver 2009/10

- Arrivées : 4,998,920 (+0,6%)
- Nuitées : 25,241,830 (-1,4%)
- L'Allemagne, avec 52% des nuitées, est clairement la première nation devant les Pays-Bas (13,4%) et l'Autriche avec 6,9%
- Nette tendance à l'internationalisation : part de plus en plus significative des marchés de l'Est (Pologne, Tchéquie, Russie) de même que du Danemark. En termes de nombres, ces marchés ont déjà dépassé les marchés principaux classiques que sont la France et l'Italie.
- La Pologne, Tchéquie et Russie, font déjà partie du top 10 des marchés d'origine en hiver
- La Roumanie a fait son entrée parmi les 13 principaux marchés au Tyrol en hiver (190 000 nuitées)

#### Été 2010

- Arrivées : 4,295,512 (+4,4%)
- Nuitées : 17,757,006 (+1,2%)
- L'Allemagne, avec 51,2% des nuitées, reste aussi en été le numéro 1 incontestable devant l'Autriche (11,1%) et les Pays-Bas (8,2%)
- Le marché intérieur continue à progresser (arrivées +2,4%; nuitées +3,5%) : avec tout juste 2 million de nuitées, un nouveau résultat record a été enregistré pour ce qui est des visiteurs autrichiens
- Le « Big 8 » des marchés d'origine constitue toujours plus de 90% du tourisme d'été - des nouveaux marchés gagnent cependant peu à peu en importance
- Déplacement de l'importance des mois d'été - la basse saison gagne en importance

#### Au total

- L'hiver n'est la saison principale que depuis le début des années 90
- Les nuitées ont augmenté de 8% ces 10 dernières années
- Les arrivées, quant à elles, ont progressé de 19,6% (tendances aux séjours plus courts)
- Les visiteurs séjournent plus longtemps au Tyrol l'hiver que l'été (hiver : 5,0 jours, été 4,1 jours)
- 2/3 de l'ensemble des nuitées vont à l'hôtellerie
- L'hébergement privé recule nettement en été comme en hiver
- L'hôtellerie représente la moitié des 340 000 lits au Tyrol
- C'est l'hôtellerie de haut standing qui a les plus fort taux d'occupation
- Plus de 53 000 personnes sont employées directement dans le tourisme au Tyrol, dont 70% dans l'hébergement et la restauration
- Les dépenses quotidiennes des visiteurs sont plus élevées en hiver (137 €) qu'en été (104 €)
- Le tourisme génère 7,3 milliards d'euros de chiffre d'affaires (5,6 milliards pour le tourisme avec nuitée, 1,3 milliard pour les séjours d'une journée)
- La valeur ajoutée brute touristique du Tyrol représente 4 milliards d'euros
- La part du tourisme dans le PIB est d'environ 16% au Tyrol
- Dans les centres touristiques, ce chiffre est nettement plus élevé
- En Autriche, cette part est de 5,2% (en comparaison, elle s'élève à environ de 3,2% en Haute-Autriche et à environ 1,9% à Vienne)

#### Statistiques concernant la France (Monaco compris), année touristique 2009/10:

- Arrivées : 202 691 (+2,2%)
- Nuitées : 951 626 (+0,6%)
- Durée moyenne du séjour : 4,7 jours
- Part de marché : 2,2%

**Infrastructures touristiques au Tyrol**

- 121 stations de ski
- 5 270 kilomètres de pistes, ce qui correspond à 7 199,21 hectares (= 0,6% de la surface du Tyrol)
- env. 4 900 kilomètres de pistes de ski de fond (classique 1 850 km, skating 2 150 km)
- 250 pistes de luge naturelles (env. 750 km)
- 15 000 km de chemins de randonnée entretenus par le Club alpin, ainsi que différents chemins gérés par les régions, ce qui donne un total de plus de 23 300 km de chemins de randonnée au Tyrol
- env. 1 400 refuges, auberges de montagnes et alpages en service
- 5 100 km de pistes de VTT selon le plan VTT, plus de nombreuses autres pistes dans les régions
- 780 km de pistes cyclables balisées, plus de nombreuses autres pistes dans les régions
- 24 terrains de golf

Vous trouverez des statistiques détaillées sur le tourisme au Tyrol sur le site de **Tirol Tourism Research** à l'adresse [www.ttr.tirol.at](http://www.ttr.tirol.at).

**Le rôle de Tirol Werbung dans le tourisme au Tyrol**

Tirol Werbung a été réformée en 2003 pour répondre au mieux aux missions d'une organisation du tourisme régional par sa structure. Le champ d'activité de Tirol Werbung ne se limite en effet pas à la publicité pour le tourisme, elle centralise aussi le marketing autour du Tyrol en tant que place économique. Le plan directeur Tiroler Weg I a permis de planter pour la première fois des jalons en ce sens, Tiroler Weg 2008-2012 permettra de poursuivre dans cette direction de manière conséquente. Domaines d'activité principaux : conception d'offres, entreprenariat, conditions de base (espace et environnement), destinations, publicité pour le Tyrol (plus d'informations: [www.tirolwerbung.at](http://www.tirolwerbung.at)).

**Tweeter** 0

[zurück](#)

[top](#)