

Les sites d'achats groupés favorisent le tourisme domestique

Écrit par jocelyne.hubert@finances.gouv.fr (Jocelyne Hubert)
Vendredi, 03 Mai 2013 16:20 -

Les Canadiens achètent spontanément des produits touristiques sur les sites d'achats groupés et cela engendre des déplacements et des dépenses qui n'auraient pas nécessairement eu lieu autrement.

Plus de 20% des Canadiens ont utilisé un coupon de réduction pour un produit relié au voyage sur un site d'achats groupés au cours de 2012. Le phénomène demeure récent, mais sa popularité ne ralentit pas et le Conference Board du Canada s'est penché sur la question dans la publication Travel Exclusive de novembre-décembre 2012.

Environ les deux tiers des consommateurs canadiens connaissent un ou plusieurs sites d'achats groupés, selon Ipsos Canadian Inter@ctive Reid Report. Il existe 140 sites d'achats groupés desservant le marché canadien et la vente de produits reliés au tourisme constitue un volet très important (hébergement, forfaits vacances, restauration). Une étude australienne avance même que le marché du voyage représente environ le tiers des achats.

Le site Groupon.com est le plus populaire auprès des Canadiens, selon le Travel Intentions Survey du Conference Board (novembre-décembre 2012) Parmi les répondants ayant utilisé ce service, 59% avaient choisi ce site au cours des 12 derniers mois pour un produit relié aux voyages. Les autres sites vedettes sont Dealfind.com (18%), WagJag.com (18%) et LivingSocial.com (13%). Cependant, 30% des répondants ont utilisé un des multiples autres sites. Les escomptes varient entre 40 et 90% (lire aussi : L'ampleur du phénomène des sites d'achats groupés et son incidence sur le tourisme).

[lire la suite](#)

Consultez la source sur Veille info tourisme: [Les sites d'achats groupés favorisent le tourisme domestique](#)