



Le Village  
Québécois  
d'Antan

Communiqué de presse  
Pour diffusion immédiate

## **UNE ANNÉE 2012 PONCTUÉE DE NOMBREUX RECORDS AU VILLAGE QUÉBÉCOIS D'ANTAN**

Drummondville, le 8 février 2013 – Profitant de la tenue de leur assemblée générale annuelle, les dirigeants du Village Québécois d'Antan ont dressé le bilan de l'année 2012 qui fut exceptionnelle avec plusieurs records battus. Au total, près de 125 000 personnes ont visité le Village. Ce résultat est d'autant plus impressionnant sachant que le nombre de visiteurs n'avait jamais dépassé 109 000 depuis 1991.

Parmi les attraits touristiques de 25 000 visiteurs et plus au Québec, le Village est, jusqu'à preuve du contraire, celui qui a connu la plus grande augmentation de son achalandage (33 %) au cours de l'été 2012. Concrètement, ce sont 22 233 personnes supplémentaires qui ont visité le Village en saison estivale en comparaison de 2011 (89 278 versus 67 045). La vente de passe de saison a également connu une hausse spectaculaire, passant de 50 en 2011 à plus de 700 passes vendues en 2012, soit une augmentation colossale de 1 300 %. Concernant la page Facebook, les résultats sont également impressionnants, passant d'environ 1 300 amis en juin à plus de 10 000, soit une augmentation de près de 700 %.

En plus de la saison estivale remarquable, nos divers événements ont également connu des hausses considérables, atteignant de nouveaux records d'achalandage. L'édition 2012 du Village hanté a attiré 3 848 personnes supplémentaires (9 890 en 2012 comparativement à 6 042 en 2011), ce qui représente une hausse de 64 %. Pour sa part, le Village illuminé Desjardins 2012 a accueilli 7 699 visiteurs, comptabilisant ainsi une hausse de 51% de l'achalandage en comparaison à 2011 qui avait accueilli 5 104 visiteurs. Au total, les trois principales activités que sont la saison estivale, le Village hanté et le Village illuminé Desjardins ont attiré 28 676 visiteurs de plus qu'en 2011.

Les hausses de l'achalandage en 2012 sont le résultat de plusieurs changements apportés dans la programmation, dans les communications et dans le service à la clientèle.

Afin d'améliorer l'expérience du visiteur, l'animation a été bonifiée et de nombreuses nouveautés ont été mises de l'avant. Par exemple, en saison estivale, deux maisons d'époque ont été dédiées aux enfants, soit la maison du maquillage et la maison du clown. L'ensemble de l'animation a également été repensée pour rendre la visite au Village dynamique, amusante et interactive pour toute la famille notamment grâce à des jeux d'époque et à des expériences participatives. Lors du Village hanté en octobre, 33 % plus de personnages faisaient frissonner les visiteurs dans les rues et les maisons du Village. À l'occasion du Village illuminé Desjardins, la construction d'une nouvelle glissière en bois a quant à elle permis de rejoindre un plus large public en offrant une activité divertissante spécialement destinée aux enfants. Une autre bonne initiative a été l'ouverture de la Beignerie au delà de la saison estivale. Cette dernière est tellement appréciée des visiteurs qu'il est maintenant devenu incontournable de s'y arrêter.

Une stratégie de communication basée sur l'innovation et l'attractivité du produit a également été développée. Ces innovations marketing ont permis de renouveler complètement l'image du Village grâce à une vision plus actuelle et à des actions de communication créatives totalement différentes des années précédentes. Les publicités mettaient notamment en valeur le personnage de la commère et le Parc de jeux d'eau La Bassine.

D'autre part, pour accentuer son positionnement familial, le Village a été le premier attrait touristique du Québec à proposer des tarifs « Grands-parents et petits-enfants » et « Famille intergénérationnelle ». Le nombre d'enfants inclus dans la tarification familiale a également été revu afin de correspondre davantage aux réalités des familles d'aujourd'hui. De plus, les familles peuvent maintenant amener leurs lunchs sur place pour une journée à meilleur compte.

Ce ne sont que quelques exemples de mesures entamées par la nouvelle direction en 2012 pour faire du Village Québécois d'Antan un attrait touristique incontournable. L'équipe du Village Québécois d'Antan entend bien continuer sur cette lancée en bonifiant ses événements à chaque édition et en renouvelant constamment son offre aux visiteurs. L'objectif ultime est que l'année 2013 soit encore plus exceptionnelle au niveau de l'achalandage que l'année ponctuée de records que nous venons de connaître en 2012.

Veillez noter que la cabane à sucre sera la prochaine activité du Village. Elle se tiendra les samedis (midi et soir) et dimanches (midi) du 2 mars au 28 avril.

- 30 -

Source : **Chantal Grenier**  
Coordonnatrice communications marketing  
Village Québécois d'Antan  
[chantal.grenier@villagequebecois.com](mailto:chantal.grenier@villagequebecois.com)  
819 478-1441 poste 223