

Christmas Town a Catania, il parco natalizio “apripista per l’industria del divertimento”

CATANIA - Il Christmas Town di Catania, il parco tematico natalizio più grande del Sud Italia, rappresenta un esempio innovativo di come la Sicilia possa diventare un punto di riferimento per l’industria del divertimento e il turismo esperienziale.

Inaugurato con l’obiettivo di unire tradizione e intrattenimento, il parco ha già dimostrato di avere un impatto significativo sull’economia locale e sul settore turistico, consolidando il ruolo di Catania come polo di attrattività nazionale.

Durante la sua visita al parco, la presidente di Confindustria Catania, Maria Cristina Busi Ferruzzi, ha messo in evidenza l’importanza strategica di questa iniziativa per la città: “Christmas Town è un esempio concreto di come il nostro territorio possa esprimere valore e capacità progettuale”, ha dichiarato la presidente Busi.

“Con oltre 250 posti di lavoro diretti e un indotto che coinvolge circa 1.000 persone, questa iniziativa non solo valorizza l’intera filiera commerciale locale, ma accresce significativamente i flussi turistici, con la prospettiva di accogliere oltre 150 mila visitatori”, ha aggiunto la presidente.

“Catania si conferma così un centro strategico per iniziative di richiamo nazionale, in grado di generare un impatto positivo sull’economia e di proiettare il territorio verso nuovi traguardi di attrattività. Il successo di questa operazione, realizzata con grande competenza organizzativa e cura dei dettagli, dimostra che anche qui è possibile investire con successo nell’industria del divertimento”.

“I parchi tematici si affermano sempre più come destinazioni in grado di attrarre visitatori e rafforzare l’immagine del territorio come meta di qualità e innovazione. È anche questo il futuro che vogliamo costruire per Catania e per la Sicilia”, ha concluso Busi.

Il Villaggio di Natale piace, fa sognare e si rinnova per far vivere alle famiglie la gioia delle festività in modo creativo e suggestivo, ma è anche volano economico, con un importante indotto legato alla ricettività: “Quest’anno Christmas Town, evento giunto alla seconda edizione - ha sottolineato il direttore creativo Francesco Grasso - ha richiamato l’attenzione di tantissimi turisti: tour operator e strutture alberghiere con grande intraprendenza si sono organizzate per offrire la migliore esperienza, proponendo Catania quale meta turistica natalizia”.

“Un ringraziamento va alle Istituzioni che sin dal primo momento hanno creduto nelle potenzialità di questa manifestazione, che quest’anno ha raddoppiato i suoi spazi, inserendo nuove attrazioni, nuovi spettacoli e ampliando l’apertura fino al 7 gennaio”.

“La macchina organizzativa è imponente, tutto l’impegno quest’anno è andato nella direzione di migliorare la



Peso:41%

fruizione, innalzare ulteriormente la qualità delle produzioni, e ottimizzare il tempo trascorso da parte dei visitatori. Speriamo di esserci riusciti nel segno del messaggio che abbiamo scelto per questa edizione 2024: "Believe".



Maria Cristina Busi Ferruzzi e Francesco Grasso



Peso:41%