

Civitatis acuerda con Disneyland París la venta de entradas al parque

Con este acuerdo, los viajeros ya pueden comprar las entradas de Disneyland París a través de la web de Civitatis, que ya es su partner oficial.

Civitatis, plataforma de distribución online de actividades turísticas en español, ha anunciado su nueva alianza con Disneyland París, convirtiéndose en partner oficial del parque temático. Este acuerdo permitirá a los usuarios adquirir entradas para el parque directamente a través de la web de Civitatis, facilitando la planificación de su viaje a la capital francesa.

Con una oferta que ya incluye más de 120 actividades en París,

Civitatis asegura que busca reforzar el atractivo de Disneyland París como una excursión accesible y fácilmente combinable con la experiencia cultural de la ciudad.

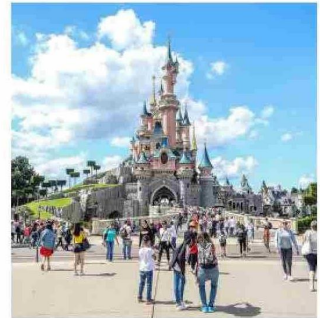
Según Tiago Santos, director general de Disney Destinations para España y Portugal, esta colaboración representa una oportunidad clave para acercar la "experiencia Disney" a los miles de hispanohablantes que cada año reservan actividades en la plataforma.

Entradas sin costes adicionales

El acuerdo se enmarca en el modelo de negocio de Civitatis, centrándose en la comercialización exclusiva de entradas de día, sin incluir el alojamiento en los hoteles del parque. Los precios serán idénticos a los de la web oficial de Disneyland París, "garantizando así una opción más para los viajeros sin costes adicionales".

Además, Civitatis ofrece servicios de traslado al parque, aunque su fundador y CEO, Alberto Gutiérrez, ha recordado que los visitantes también pueden llegar en tan solo 25 minutos en transporte público, lo que facilita la integración de Disneyland París dentro de un itinerario por la ciudad.

En 2023, más de 560 mil per-



sonas reservaron actividades en París a través de Civitatis, un crecimiento del 15% respecto al año anterior. De cara a 2025, la plataforma prevé un incremento aún mayor en las reservas.

Por su parte, Disneyland París registró un aumento del 30% en sus ventas durante el último año, destacando el crecimiento del segmento de parejas, que experimentó un alza del 24%. 