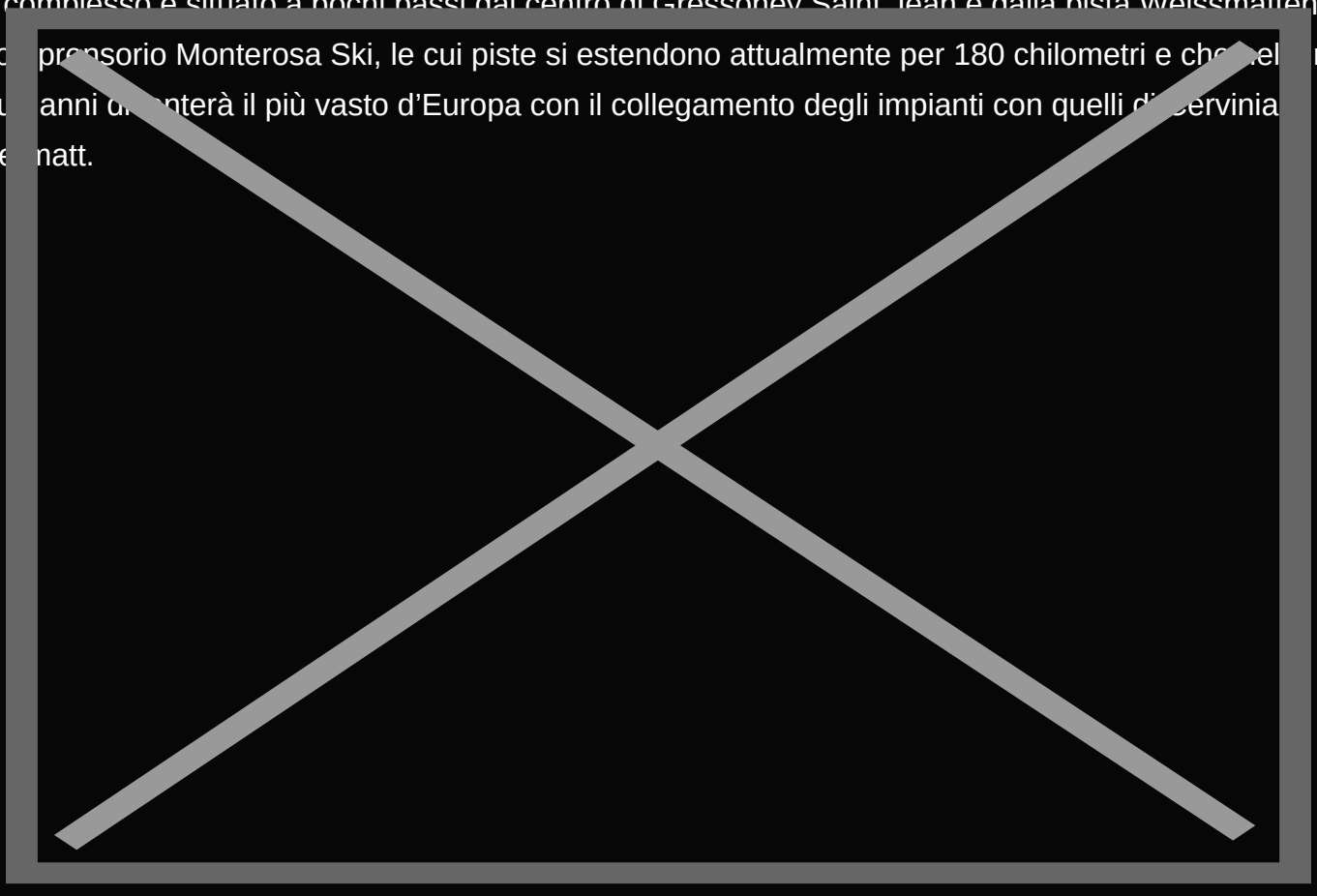
L'ex colonia Sip di Gressoney diventa Family Residence, riparte l' economia della montagna

Una vacanza smart a misura di famiglie e sportivi in una località classica del turismo alpino. È questo l’obiettivo con cui **Halldis**, società milanese che gestisce più di 2.000 proprietà in 25 località italiane ed europee, ha presentato agli operatori di settore il residence “Halldis Gressoney”, ex colonia estiva della Sip, oggi di proprietà di BiverBanca, che sarà inaugurato il 1° marzo.

Il complesso è situato a pochi passi dal centro di Gressoney Saint Jean e dalla pista Weissmatten del co[illegible]prensorio Monterosa Ski, le cui piste si estendono attualmente per 180 chilometri e che nel giro di du[illegible] anni diventerà il più vasto d’Europa con il collegamento degli impianti con quelli di Cervinia Ze[illegible]matt.



L’

intervento, un investimento di un milione di euro, con progettazione e studio degli arredi interni firmati

da Halldis, ha portato alla completa ristrutturazione dell'edificio dove su una superficie complessiva di 6.000 metri quadrati ora sorgono 54 unità abitative, dal mono al quadrilocale, oltre al lounge/Café, l'area fitness, il percorso salute, i campi di Paddle Tennis e Bubble Football, l'avveniristica Floating Room, la sauna finlandesi e tutte le dotazioni wellness.
Halldis, che ha realizzato una campagna pubblicitaria nelle principali città italiane con le locandine illustrate dal graphic designer Roberto Clemente, prevede soluzioni di marketing innovative. Il prezzo del soggiorno è competitivo - in media 150 euro per una camera di quattro persone in inverno - in quanto i servizi possono essere scelti "à la carte" tra diversi pacchetti: "Sport&Fitness", "Fun with Kids", "Fun without Kids", "Relax after sport", "Alpine Nirvana".
Gli appartamenti potranno essere prenotati sia dal sito di Halldis (www.halldis.com) sia dalle principali piattaforme di prenotazione (Airbnb, Booking, Homeway). Inoltre, la struttura sarà venduta anche tramite pacchetti delle agenzie di viaggio, in particolare dei Paesi del Nord e dell'Est Europa.
"Il target di questa struttura - spiega **Antonio Rainò**, responsabile Comunicazione e Marketing Halldis – è principalmente un gruppo familiare e fa parte dei cosiddetti free independent traveller, ovvero viaggiatori che organizzano direttamente il viaggio, magari esplorando nuove mete, e non ricorrono a tour di gruppo. Questo tipo di turista vuole un appartamento di qualità, dotato di zona living ampia in grado di garantire la socialità del gruppo, ma chiede l'offerta di servizi della location e la disponibilità di servizi di prossimità attivabili ma non necessariamente inclusi nell'offerta di base."
"Per rilanciare e non fare spopolare la montagna – afferma **Alberto Melgrati**, CEO di Halldis – il turismo è uno strumento fondamentale. Bisogna agire su più fronti: differenziare l'offerta, non concentrata sui soli impianti invernali di risalita ma sulle forme di turismo estivo, focalizzarsi sulle famiglie e valorizzare il patrimonio immobiliare locale professionalizzando l'accoglienza e proponendo soluzioni di accomodation alternative all'hotelerie per sostenere permanenze prolungate e rafforzare la saturazione nelle basse stagioni. In questo senso la struttura Halldis Gressoney è stata pensata per diventare nel tempo uno dei punti di riferimento ricettivi della valle del Lys".