Halldis sponsor del Milano Pride: "Certe cose fatele a casa nostra"

Halldis S.p.A., società italiana leader nella gestione di appartamenti per affitti brevi, sarà per il secondo anno sponsor del Milano Pride, organizzato dal CIG Arcigay di Milano insieme alle altre associazioni del Coordinamento Arcobaleno.

Il Milano Pride, a partire dal 2013, si articola intorno a tre componenti principali: la pride week (quest'anno da 21 al 30 giugno), la pride square (dal 27 al 29) e la parata (sabato 29 giugno), L'anno scorso il Milano Pride ha visto la partecipazione di 250.000 persone alla parata conclusiva e oltre 30.000 persone alla Pride Square.

Halldis sarà presente con una rappresentanza di dipendenti e di loro familiari alla parata del 29 che sfileranno dietro lo striscione che, come lo scorso anno, riporterà lo slogan "Certe cose fatele a casa vostra. Anzi a casa nostra".

"La cultura della diversità e dell'inclusione sono nel DNA di Halldis, perché da sempre ci impegniamo a riconoscere e apprezzare la varietà di caratteristiche che rendono unici gli individui - afferma Alberto Melgrati, managing director della società. - Essere inclusivi per Halldis vuol dire avere attenzione, sia all'interno dell'azienda e sia all'esterno, alle differenze di genere, di etnia, di età, di religione, di status socio economico, di disabilità e di orientamento sessuale".

Come nelle precedenti edizioni, Halldis ha messo a disposizione degli organizzatori del Milano Pride i propri appartamenti e quest'anno ospiterà Andrea G. e Angelo A., una coppia del veronese recentemente al centro delle notizie di cronaca per alcuni gravi episodi di omofobia ai loro danni.

"Ospitare Andrea e Angelo in un nostro appartamento è un modo per dare vita al messaggio che porteremo al Pride - dichiara Antonio Rainò, responsabile marketing di Halldis - Andrea e Angelo sono solo due delle tante persone che arriveranno a Milano per il Pride. Per la fine di giugno abbiamo registrato un incremento delle prenotazione superiore del 30% rispetto al week end precedente e a quello successivo".

Secondo una analisi condotta da Halldis sul suo portfolio di 350 immobili a Milano, infatti, la settimana del Pride sta registrando un numero di soggiorni più alti rispetto alla media del periodo, appunto di circa il 30%. Sebbene non si possa affermare con certezza che questo dato sia legato alla manifestazione arcobaleno, il dato è comunque di estremo interesse.

“Milano è sicuramente la capitale LGBTQ di Italia. Le zone limitrofe a Porta Venezia sono un interessante esempio di gentrificazione, in cui alla storica concentrazione di immigrati, si è aggiunta negli ultimi 15 anni una forte presenza di LGBTQ sia come residenti ma, soprattutto, come esercizi commerciali - sostiene Antonio Rainò - infatti sono proprio i nostri appartamenti di Porta Venezia e delle zone limitrofe come la Stazione Centrale a far registrare le performance migliori di prenotazioni per il periodo del Pride”.

I numeri del Pride e l’analisi delle prenotazioni di Halldis sono la conferma di quanto sia corretta l’assegnazione a Milano della sede nel 2020 della convention annuale di LGLTA, l’associazione internazionale dei turismo LGBTQ. Milano ha battuto la concorrenza di Parigi, Bruxelles e di una serie di capitali asiatiche.

“Secondo uno studio di Sonders & Beach per il Comune di Milano, nel 2018 il turismo LGBTQ ha portato in città oltre 500.000 turisti che nei tre giorni della convention del prossimo anno aumenteranno del 60%, con un indotto stimato di due milioni di euro - spiega Alberto Melgrati -. Questo dimostra che per un’azienda l’orientamento all’inclusione, oltre a essere una scelta etica e culturale, è anche un’importante occasione di business”.