

Esperienze immersive e sostenibili: cosa propone Blueberry Travel

2025-04-23 10:56:41 di Forbes.it

URL:<https://forbes.it/2025/04/23/esperienze-immersive-e-sostenibili-cosa-propone-blueberry-travel/>

Articolo tratto dal numero di aprile 2025 di Forbes Italia. [Abbonati!](#) di Primo Marzoratti Fondata a Sassari nel 2010, **Blueberry Travel** è nata dall'intuizione di **Stefano Serra, Gian Paolo Serra e Roberta Manis**. È un tour operator di respiro internazionale, con una missione chiara fin dall'inizio: offrire ai clienti viaggi che vanno oltre l'esperienza turistica. "Creiamo e offriamo esperienze immersive, sostenibili e di valore, che consentono a tutti di essere al centro del loro viaggio, di sfruttare al meglio e in ogni istante il tempo a disposizione, per creare ricordi indimenticabili", si legge sul sito. I fondatori confermano: "Vogliamo che i nostri clienti provino le stesse emozioni che viviamo noi durante i nostri viaggi".

I punti di forza

Tra i punti di forza di Blueberry Travel c'è **GiappoTour**, una linea di viaggi dedicata al Giappone che rappresenta un perfetto esempio di 'travel deeper', ovvero viaggi più profondi e trasformativi. Grazie alla collaborazione con Marco Togni, Andrea Secco e Tommaso Rossi, esperti di cultura giapponese, GiappoTour offre esperienze curate nei dettagli. I viaggi sono pensati per piccoli gruppi, di massimo 20 persone, guidati da tour leader esperti, con itinerari che spaziano dalla Golden Route alle destinazioni meno conosciute, come il Kumanokodo, Kyushu, Hokkaido e Okinawa. "Per GiappoTour pretendiamo un alto livello di servizio: i nostri viaggiatori non possono e non vogliono accontentarsi", ha affermato Manis, head department di GiappoTour. Questa filosofia ha permesso a Blueberry Travel di ottenere riconoscimenti come il Group Travel Excellence Award da Emirates.

Un nuovo format

Unendo qualità e libertà, Blueberry Travel ha lanciato i b-tour, un nuovo format che si rivolge a chi cerca comfort e autonomia. Questi viaggi combinano itinerari attentamente bilanciati, accompagnati da esperti tour leader, con momenti di indipendenza per i partecipanti. Ogni b-tour include voli di linea, alloggi selezionati ed esperienze culinarie locali, mantenendo l'attenzione ai dettagli che contraddistinguono l'azienda. Per l'estate 2025 Blueberry Travel ha deciso di arricchire la sua offerta con una serie di nuove mete che si aggiungeranno a quelle storiche in Oriente e Scandinavia. I tour in Norvegia, collaudati e apprezzati da anni, permettono di vivere esperienze esclusive con gruppi ristretti di massimo otto persone, alla scoperta dei fiordi, di Capo Nord e delle Isole Lofoten. La proposta continua con i b-tour in Corea del Sud per un pubblico giovane, appassionato di k-pop, ma anche per chiunque desideri esplorare la cultura del paese. Blueberry porta i viaggiatori anche in Scozia, Australia, Cina e Namibia, negli Stati Uniti e in Canada, in navigazione polare in Groenlandia e alle Isole Svalbard.

La filosofia

Alla base di ogni proposta c'è una filosofia secondo cui il viaggio deve essere un'esperienza che arricchisce, capace di connettere il viaggiatore con le culture locali e, al contempo, con se stesso. Questo approccio si traduce in itinerari studiati per offrire autenticità e profondità, sia nei viaggi di gruppo che in quelli personalizzati. "Prendiamo molto sul serio la responsabilità che abbiamo: quando organizziamo un viaggio, i

clienti ci affidano il loro tempo e le loro speranze. Dobbiamo trattarli sempre con rispetto, consapevolezza e attenzione”, ha affermato Gian Paolo Serra. Questo impegno si riflette anche nella linea Viaggi su misura, che permette di costruire itinerari personalizzati con il supporto del team di Blueberry. “Blueberry Travel”, hanno proseguito i fondatori, “si distingue per la profonda conoscenza delle destinazioni e per l’attenzione alla qualità. Ogni meta proposta è stata visitata più volte dal team, che si assicura di offrire solo esperienze testate e approvate. La cura per il dettaglio e la selezione di tour leader esperti e appassionati completano l’offerta”.

L'esperienza

Ogni viaggio è pensato per soddisfare un pubblico attento alla qualità e desideroso di vivere esperienze autentiche. A testimoniare il lavoro di Blueberry ci sono i dati economici. “Il nostro fatturato”, ha detto Stefano Serra, “supera i 10 milioni di euro, con oltre 700mila euro di utili. Abbiamo migliorato significativamente le performance rispetto all’anno precedente. La nostra azienda è sana e autosostenibile, ma regoliamo il nostro lavoro per mantenere una crescita controllata, che ci consenta di garantire sempre ai clienti quella dimensione di familiarità che ci contraddistingue”. Riguardo al futuro, Blueberry non vuole fermarsi. “Per il prossimo biennio”, ha concluso Serra, “il nostro obiettivo è continuare a crescere, incrementando il fatturato e aprendo una sede in Giappone, consolidando ulteriormente la nostra presenza globale”.