

Viaggiare felici: il modello umano di Blueberry Travel

2025-07-07 08:17:55 di Forbes.it

URL:<https://redazione.forbes.it/2025/07/07/viaggiare-felici-il-modello-umano-di-blueberry-travel/>

Contenuto tratto dal numero di giugno 2025 di Forbes Italia. Abbonati! Era il 2010 quando, a Sassari, **Stefano Serra, Roberta Manis e Gian Paolo Serra** decisero di fondare un tour operator diverso da tutti gli altri. Da allora **Blueberry Travel** non ha smesso di crescere, anno dopo anno, fino a superare i **10 milioni di euro di fatturato nel 2024**. Dietro ai numeri c'è la filosofia che li rende possibili. Blueberry è un esempio di come sia possibile costruire un'impresa capace di durare nel tempo senza rinunciare all'autenticità e al rispetto per le persone. I viaggiatori sono accolti come parte di una comunità e lo stesso avviene per i dipendenti, valorizzati in un contesto dove la qualità della vita diventa parte dell'esperienza. "Nella nostra politica di welfare, fuori dal comune ma molto semplice, rientrano la flessibilità per le famiglie e la gestione dei figli, bonus di produttività e viaggi premio, prestiti e interventi finanziari a tasso zero per chi ne avesse bisogno", spiega Manis. "Oltre a una presenza costante e solida nella vita di ogni dipendente. Miriamo alla ricerca del benessere, tanto per i viaggiatori quanto per i dipendenti". Nella sede di Blueberry ogni dettaglio è stato pensato per far sentire le persone accolte. Spazio vivo e dinamico, è progettato per favorire concentrazione e dialogo. All'interno si trovano una palestra, un nap-pod (una capsula per dormire), una cucina per le pause pranzo condivise e un giardino. Soprattutto, esiste una sala in cui i bambini dei dipendenti possono studiare o giocare: un gesto di attenzione verso l'equilibrio tra vita privata e lavorativa. "Quando abbiamo progettato gli uffici, abbiamo voluto creare spazi che supportassero le famiglie. È un modo concreto per rendere il lavoro più equilibrato e favorire la serenità di tutti", racconta Gian Paolo Serra, che da padre comprende le esigenze dei genitori che lavorano. "Siamo persone che amano stare bene, far viaggiare bene e far lavorare bene". L'idea di impresa di Blueberry non si limita quindi al profitto, ma si estende al benessere delle persone che ne fanno parte. Un modello che supera le logiche del work-life balance per arrivare a un'integrazione tra lavoro e vita. L'attenzione alla persona si riflette anche nei tour e nelle esperienze. Ogni viaggio organizzato da Blueberry è curato nei minimi dettagli, con un approccio sartoriale. A fare la differenza sono i tour leader: professionisti preparati che devono essere retribuiti in modo giusto e trasparente. "Sembra scontato, ma purtroppo non lo è", sottolinea Antonella Sanna, responsabile amministrativa e hr. "Molti dei nostri tour leader vengono da esperienze con altri operatori dove, di fatto, non venivano mai pagati, adducendo come scusante il vantaggio di viaggiare. Riteniamo questo comportamento inaccettabile: il lavoro va sempre retribuito". In Blueberry Travel il rispetto è un principio che si applica alle persone, alle collaborazioni e alla gestione delle risorse, per creare una rete solida e affiatata, dove ogni anello è valorizzato e motivato. Forte di questa spinta, l'azienda ha costruito negli anni un'offerta fondata su qualità e autenticità. La sua proposta di punta è GiappoTour, un progetto che offre viaggi in Giappone per piccoli gruppi, con accompagnatori esperti e attenti a ogni sfumatura culturale. L'esperienza ha aperto la strada a viaggi nei luoghi più affascinanti del pianeta, con lo stesso approccio: Lapponia, Corea, Vietnam, Canada, Stati Uniti, Australia, Oman e i mari ghiacciati delle rotte polari sono destinazioni scelte con cura, in cui ogni itinerario è costruito per emozionare, sorprendere e raccontare. L'idea è quella di immergere i viaggiatori in mondi diversi e culture lontane, suscitando rispetto e meraviglia. Anche la sostenibilità è un elemento strutturale dell'identità di Blueberry Travel e si ritrova negli uffici, dove plastica e carta sono un ricordo e dove i comportamenti green sono promossi e incentivati, mentre i collaboratori lavorano in ambienti luminosi e ariosi che stimolano concentrazione e serenità. Inoltre il benessere dei dipendenti è costantemente monitorato e alimentato, anche attraverso programmi interni di supporto, dialogo e formazione. "Credo che tutte le realtà debbano creare condizioni etiche e serene per i collaboratori, perché, oltre ad avere lavoratori felici, si avranno ricadute positive sulla salute dell'azienda", aggiunge il ceo, Stefano

Serra. Il 2025 si preannuncia come un anno chiave per Blueberry Travel, con l'apertura di nuovi progetti, mercati e destinazioni. L'ambizione non è solo diventare più grandi, ma continuare a crescere restando fedeli a se stessi, mantenendo i valori che hanno reso l'azienda una realtà solida in un settore competitivo come quello del turismo. Un'impresa che dimostra come la felicità non sia un effetto collaterale del lavoro, ma un obiettivo possibile, quando si sceglie di metterla al centro, insieme all'etica e alla sostenibilità.