

LE INTERVISTE DE L'INCONTRO

Monica Melani, Il Club Med, ovvero la rivoluzione della felicità



by Milo Goj

1 Novembre 2025



Labronica di nascita, ma milanese d'adozione, laurea in Scienze politiche con indirizzo economico, laurea magistrale in Economia e Commercio, **Monica Melani** è una delle più note consulenti del lavoro. È amministratore unico di **Centurion Payroll Service**, una delle realtà di riferimento del settore, di cui è fondatrice. L'imprenditrice toscana è un volto televisivo, particolarmente noto nella business community: da oltre 10 anni conduce su **TeleLombardia** e sulle emittenti collegate "**Forum Imprese**", di cui è anche ideatrice. Può stupire che, con un percorso professionale di questo tipo, abbia appena pubblicato un libro "**Ti amo**

Club Med", che apparentemente è molto lontano dal suo mondo. Ma l'apparenza può ingannare, come ci spiega in questa intervista.



Monica Melani

Cosa ha spinto una consulente del lavoro di lungo corso a dedicare un libro al Club Med?

Dopo scadenze difficili ed estenuanti, il mio più grande sollievo da consulente del lavoro, è sempre stato quello di prenotarmi una bella settimana di vacanza al Club Med, con preferenza per i luoghi esotici, ma non mai disdegnato anche le vacanze sulla neve, in posti certamente molto chic.

Oltre a lavorare come consulente del lavoro, lei ha ideato più di 10 anni fa il programma televisivo "Forum Imprese", in onda su TeleLombardia e sulle emittenti collegate. Programma che conduce tuttora. Almeno in senso lato, e con un po' di suggestione, si può quindi dire che lei lavora anche nello show business. Questa sua seconda attività può essere collegata al suo amore per un simbolo del divertimento, come Club Med?

No, semmai di più ad una passione mai nascosta, quella per il giornalismo.

Come consulente del lavoro, come vede l'attività di G.O. (Gentil Organisateur) e che consigli darebbe a chi volesse svolgere questa ruolo?

Quando avevo 16 anni, scorrendo una rivista scoprii la nascita del cosiddetto G. O. Una creatura nata proprio al Club Med; per qualche anno, ho sognato di poter diventare una G.O., ma poi, poco più che ventenne ho iniziato a lavorare nella “Milano da bere”, con un ruolo diametralmente opposto alla vita in un Club di vacanze. Tra le due, ho scelto la seconda, perché ho bisogno di certezza e sicurezze, che il lavoro come G.O. non mi avrebbe dato. E’ un lavoro per chi accetta di poter cambiare località molto spesso, e che magari non abbia impegni familiari. Io oltre al mio lavoro molto intenso, ho voluto costruirmi anche una famiglia.

Nel suo libro, lei afferma che il Club Med esprime lo spirito francese. Può spiegare questo concetto?

Il Club Med è nato nel dopoguerra, ma è negli anni ’60 che è diventato un simbolo di trasformazione profonda. In quel decennio carico di fermento, sogni e rivolte culturali, il villaggio vacanze si fece specchio – e a volte motore – di una vera rivoluzione dei costumi.

In un’epoca in cui si cominciava a parlare di libertà sessuale, di emancipazione femminile, di rottura con i vecchi schemi borghesi, il Club Med offriva un contesto protetto ma sorprendentemente libero. Era uno spazio fuori dal tempo dove si poteva ballare fino all’alba sotto le stelle, conoscere persone di ogni paese, rompere barriere di età, lingua e classe sociale. I corpi si mostravano al sole senza pudore, e la leggerezza non era frivolezza, ma respiro, ossigeno, libertà.

La donna al Club Med non era solo madre o moglie, ma anche viaggiatrice, sportiva, esploratrice. E talvolta, persino G.O., animatrice, regista della gioia collettiva. Un ruolo nuovo, più autonomo, più visibile. Lì, molte donne hanno vissuto la loro prima vacanza senza famiglia, o la loro prima storia d’amore libera. Il Club Med fu anche un luogo in cui la seduzione non era tabù, ma gioco elegante. Si stava insieme, si flirtava, ci si lasciava andare – tutto però dentro un’educazione affettuosa, mai volgare. In molti villaggi, le serate a tema, le feste in spiaggia, i balli di gruppo erano un rito collettivo di liberazione. Si tornava a casa diversi. Più consapevoli. Più vivi.

In questo senso, il Club Med non è stato solo testimone della rivoluzione dei costumi: ne è stato uno degli attori. Ha aperto spazi, ha ispirato audacia, ha accolto le trasformazioni rendendole esperienze felici. E ancora oggi, in un mondo che cambia continuamente, custodisce quello spirito: quello di chi, entrando in un villaggio, sente di poter essere davvero sé

stesso – senza giudizi, senza ruoli, solo con il desiderio di vivere intensamente.

Torniamo allo spirito francese

C'è qualcosa nella cultura francese che sa trasformare la vacanza in arte. Un'arte lieve, ma mai superficiale. Forse è per questo che il Club Med non poteva nascere altrove. I francesi hanno un talento antico per il piacere, ma anche per la rivoluzione. E il Club Med nasce proprio da questo incontro: il piacere del vivere bene e la voglia di cambiare le regole. Dopo la guerra, un visionario ex atleta, Gérard Blitz, ebbe un'idea semplice ma sconvolgente: creare un luogo dove le persone potessero ritrovare la gioia. Non solo il riposo, ma la gioia. Era il 1950. Blitz diceva: “La felicità è la nostra idea”. Sembrava uno slogan pubblicitario, era invece una filosofia di vita.

I francesi non volevano più le vacanze convenzionali, i formalismi dell'albergo, la rigidità dei ruoli. Cercavano un ritorno all'essenziale, ma con gusto. Nacque così il Club Méditerranée: tende al mare, sport, cucina condivisa, serate danzanti. E soprattutto: nessun obbligo, solo inviti gentili. Non comandi, ma sorrisi. Questa visione si è alimentata della cultura francese in ogni sua sfumatura. La joie de vivre, certo. Ma anche l'ironia, il senso estetico, la teatralità.

Solo i francesi potevano creare un luogo dove ci si dava del tu dopo due minuti, dove la seduzione era un linguaggio condiviso, e dove anche un pasto diventava rito. Hanno portato con sé la leggerezza di St. Tropez, il gusto del Mediterraneo, lo spirito bohémien di Parigi. E l'hanno trapiantato nelle isole, nelle montagne, nel cuore di ogni continente.

Ma attenzione: il Club Med non è mai stato solo edonismo. È stato anche visione, pedagogia, comunità. Un modo per immaginare il mondo non come somma di individui, ma come un gruppo che condivide. Per questo hanno chiamato “G.O.” i loro animatori: Gentils Organisateurs. E “G.M.” i clienti: Gentils Membres. La gentilezza non era solo una forma, era la chiave di un altro modo di stare insieme.

Ecco perché solo i francesi potevano immaginare tutto questo. Perché solo loro – con la loro storia di rivoluzioni, arte, libertà – potevano trasformare una vacanza in un piccolo esperimento sociale, in una promessa di felicità condivisa. Il Club Med è un'utopia francese riuscita. E io, ogni volta che ci torno, sento che quell'utopia continua a vivere – con un accento dolce, una musica in sottofondo, e un bicchiere di vino che sa di tramonto. Il Club Med

è nato da un'idea visionaria, un sogno di libertà e comunità. Il suo fondatore Gérard Blitz, belga, come accennavo, è stato campione olimpico di water polo e grande appassionato di viaggi e natura. L'idea nasce nel 1949, nel dopoguerra, in un'Europa ferita che aveva urgente bisogno di rinascere.

Dal punto di vista organizzativo, qual è il segreto del Club Med per restare attuale da 75 anni?

Non sono mancati periodi di crisi anche lunga, che hanno portato alla chiusura definitiva di club iconici. Tuttavia, Il Club Med è diventato un marchio globale di fascia alta, con villaggi in luoghi spettacolari (Maldives, Seychelles, Cina, Giappone...). Il Club cerca di preservare lo spirito originale attraverso l'attenzione alle persone, il sorriso dei G.O., i momenti collettivi (aperitivi in spiaggia, spettacoli serali, sport insieme). Ha un occhio attento alla sostenibilità e al benessere olistico.

I villaggi oggi sono più comodi, ma anche più inclusivi, soprattutto per famiglie, senior attivi, e viaggiatori internazionali. In sintesi: Il cuore del Club Med – libertà, incontro, leggerezza – non è morto. È semplicemente cresciuto, come cresciamo noi: da ragazzi che dormono in tenda a adulti che scelgono un bungalow di charme, ma che ancora sognano di ballare sotto le stelle con i piedi nella sabbia. Il Club Med è sempre stato più di una semplice catena di villaggi turistici: è una filosofia di vita. E come ogni filosofia, ha i suoi simboli iconici, pieni di significato e storia.

Qual è il capitolo del libro cui tiene di più?

Senz'altro, il capitolo nel quale scrivo un dialogo immaginario tra i due fondatori, e che riporto di seguito:

“Perché solo i francesi potevano inventare il Club Med” (Un elogio leggero e profondo alla vacanza più libera del mondo) Atto unico. Dialogo immaginario tra Gérard Blitz e una voce del futuro.

VOCE DEL FUTURO Gérard, tu non lo sapevi ancora, ma quel giorno del 1950 in cui piantasti una tenda su una spiaggia greca... stavi fondando un sogno.

BLITZ Io volevo solo che la gente fosse felice. Che potesse sorridere dopo la guerra. Che si sentisse libera.

VOCE Appunto. Un'idea tipicamente francese: rivoluzionaria, ma con

leggerezza. Libertà, fraternità... e sole.

BLITZ Ma non c'era niente di lussuoso.

VOCE Eppure era lusso. Il lusso della semplicità. Della comunità. Del "tu" obbligatorio, delle cene insieme, del trapezio al tramonto. Solo in Francia poteva nascere un'utopia del genere:

- sensuale, ma mai volgare
- colta, ma mai snob
- anarchica, ma ben organizzata

BLITZ E la gente? Ci credeva?

VOCE Ci credeva eccome. I tuoi G.O. erano gentili, mai servili. I G.M. ballavano mezzi nudi sotto le stelle, ma poi si emozionavano per uno spettacolo improvvisato di teatro. Tutti erano uguali: professori, parrucchieri, dirigenti, bohémien.

BLITZ Ma allora... il Club Med è diventato... una cultura?

VOCE Sì. Un manifesto pop. Come i film di Godard. Come i baci sulle spiagge di Saint-Tropez. Un posto dove:

- puoi disconnetterti, ma anche ritrovarti
- puoi flirtare, ma anche meditare
- puoi ridere, ma anche pensare

BLITZ E oggi? Che ne è dello spirito?

VOCE Resiste. In ogni Crazy Sign, in ogni sorriso di un G.O., in ogni bambino che guarda il mare per la prima volta. Perché Club Med non è un posto, è un'idea francese di felicità: libera, condivisa, un po' teatrale e sempre leggera.

BLITZ Allora forse non era solo una vacanza... VOCE No, Gérard. Era una piccola rivoluzione sorridente.

(Sipario)

Milo Goj