

Ma che “genere” di Turismo

La formazione in ambito turistico
in un’ottica di genere

a cura di Paola Benigni

Corso di Laurea in Scienze del Turismo
scitur@lettere.uniroma2.it



Dipartimento di Storia,
Patrimonio culturale,
Formazione e Società



QUALCHE CONSIDERAZIONE PRELIMINARE...

L'Italia è un paese incredibilmente bello, ricco d'arte e di tradizione, tutti ammirano il nostro stile di vita, ma non riusciamo a proporre un'offerta turistica adeguata. Potremmo essere il primo paese al mondo e invece siamo solo al **QUINTO posto** per numero di visitatori all'anno, dietro a **Francia, Stati Uniti, Cina e Spagna**.

Eppure **il turismo in ITALIA**, già così come è oggi, determina una **ricaduta sociale importante**, poiché offre lavoro a **1,4 milioni di persone in Italia** e produce, secondo il World Travel and Tourism Council , il **10,3% del PIL nazionale**.

Immaginiamo che cosa si potrebbe fare con scelte politiche più convinte e determinate. Occorre quindi un considerevole sforzo di modernizzazione e di investimento che va articolato su una pluralità di linee di azione.

Tra queste, è necessario ricordarsi che la **DIMENSIONE FEMMINILE** è particolarmente importante per far crescere sia la **DOMANDA** che **L'OFFERTA** di turismo.

QUALCHE DATO... AL FEMMINILE

Il mercato del lavoro nel Turismo è rispetto ad altri settori dell'economia già **fortemente femminilizzato**:

761.400 le donne occupate nel settore turistico (pari al 51,6%), contro **721.600** uomini.

Le imprenditrici, che in Italia rappresentano il 23,5% del totale, nel Turismo arrivano al **32,5%**.

IN PARTICOLARE:

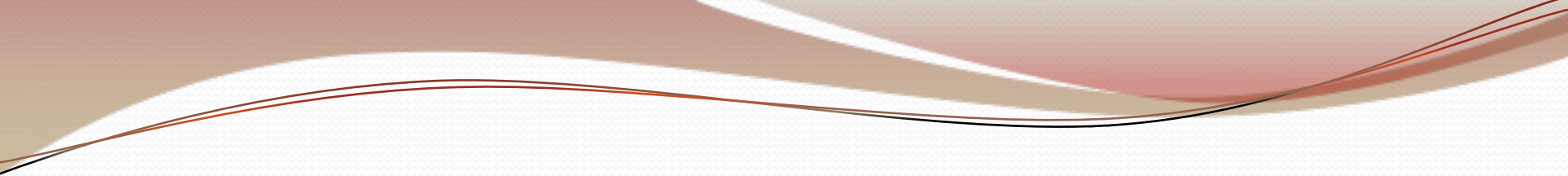
Le donne sono il **77,2%** nelle agenzie di viaggio e tour operator, il **61,5%** nella ristorazione, il **57%** nell'alberghiero.

Una presenza femminile importante che si può spiegare ancora con quell'aspetto di **relazione, cura ed accoglienza** insito nelle professioni del Turismo e che certamente favorisce le competenze femminili.

Uno "stereotipo attitudinale" che, per una volta, favorisce le donne...

DUE POSITIVE CONTROTENDENZE NEL TURISMO:

1. Anche durante l'ultimo quadriennio la situazione nel settore del Turismo, in controtendenza appunto rispetto al resto dell'economia, ha mostrato un **incremento** di circa 8 punti percentuali, con punte che sfiorano il 10% per quanto riguarda la presenza della componente femminile.
2. Quello turistico è stato l'unico settore ad evidenziare una maggioranza di sesso femminile tra gli occupati.



E TUTTAVIA...

A fronte di una **generica facilità** della donna all'entrata nel mondo lavorativo del Turismo (in un settore che per tradizione, mansioni e, perché no, anche per perduranti situazioni di *sex typing*, è in modo “naturale” maggiormente orientato verso le donne)

Si riscontrano...

A. una altrettanto **generica maggiore difficoltà per la donna a raggiungere posizioni apicali**, che non può essere spiegata solamente attraverso un'ipotetica naturale avversione dell'universo femminile verso la "competizione" e la voglia di fare carriera ma che, vista l'intensità del divario, nasconde necessariamente una strutturale tendenza a non concedere alle donne le stesse opportunità di avanzamento fornite agli uomini;

B. un **maggiore ricorso a forme di lavoro flessibile** (nella tipologia e nell'orario) che, tuttavia, non sempre appaiono come una scelta da parte delle lavoratrici (al fine di conciliare lavoro e gestione della famiglia) quanto, piuttosto, imposizioni da parte della domanda di lavoro;

C. uno **scollamento tra i profili richiesti dalle imprese e le caratteristiche dei lavoratori** (soprattutto in termini di titolo di studio), che sembra penalizzare in particolar modo la componente femminile, nella misura in cui la maggior parte delle richieste riguarda personale senza indicazione del titolo di studio, soprattutto per ruoli che sono generalmente ricoperti da personale femminile.

Infine un elemento su cui riflettere maggiormente riguarda i MOTIVI dell'inadeguatezza delle figure di sesso femminile rispetto alle maschili:

- mentre per gli uomini il problema è nella maggior parte dei casi attinente alla mancaanza di esperienza (50,8% dei casi) o alla inadeguata preparazione/formazione (30,8%);
- per le donne il problema principale (37,4%) è la mancanza delle **CARATTERISTICHE PERSONALI** (in termini, soprattutto, di età e competenze "trasversali"), che supera anche il problema dell'esperienza (31,8%).

In sostanza, sembrerebbe che lo scollamento tra il sistema della formazione e quello produttivo penalizzi in particolar modo la componente femminile della forza lavoro: per le donne si ritiene sufficiente un'esperienza lavorativa solamente generica nel 57,8% dei casi (percentuale superiore a tutti gli altri settori, ad eccezione di quello dei servizi alle imprese), a testimonianza, forse, di ruoli proposti che necessitano l'intervento di figure professionali di livello medio-basso, per le quali il diretto coinvolgimento di profili "generici" viene considerato sufficiente per il buon funzionamento dell'azienda.

TITOLI DI STUDIO...

Il senso dello “scollamento” tra i profili richiesti dalle imprese del settore turistico e l’offerta di lavoratrici di sesso femminile appare più evidente se si considerano, infatti, i titoli di studio richiesti:

In generale oltre la metà delle posizioni proposte (52,3%) non prevedono nessun titolo di studio presentato, mentre solamente il 24,6% delle richieste riguardano personale diplomato e solamente residuale (0,3%) appare la quota di laureati.

Rispetto però alla **componente maschile**, nei confronti della quale, pur rimanendo limitate le richieste di alti profili (0,4% appena di laureati), supera il **40%** del totale la domanda di diplomati ed è pari al 32% circa quella di personale con qualificazione professionale... per la **componente femminile** i valori si attestano a **25%** per la domanda di diplomate ed è pari al 22% quella di personale con qualificazione professionale.

È tuttavia fondamentale per le DONNE continuare ad investire nel TURISMO settore in cui molte sono le possibilità di AFFERMAZIONE E CRESCITA anche e soprattutto qualificata...

Esiste, in Italia, dal 1992 un'ASSOCIAZIONE DONNE NEL TURISMO (DnT) il cui obiettivo principale è la **valorizzazione** e la **promozione** del settore turistico, dal segmento produttivo a quello dei servizi, dagli eventi e dalle manifestazioni alle strutture ricettive.

Altri obiettivi fondamentali sono:

- rendere più efficace il ruolo della donna nell'industria turistica attraverso lo scambio di idee e la partecipazione personale;
- formare un network di donne impegnate nel turismo a livello nazionale ed internazionale;
- creare opportunità per partecipare con maggior peso allo sviluppo dell'industria turistica;
- censire e valorizzare il patrimonio artistico, culturale e il know-how enogastronomico delle regioni in cui l'Associazione è presente;
- la formazione delle persone associate e la creazione di eventi tematici, di gruppi di studio e di tavole rotonde dove si possano interfacciare le singole professionalità;
- la concretizzazione del motto *People are more important than places*.

UN'OSSERVAZIONE A MARGINE... SU "ISTRUZIONE E TURISMO"

Pur non volendo entrare in questa sede nel dettaglio di potenzialmente criticabili scelte imprenditoriali si fa notare che la preferenza verso figure poco istruite rischia, alla lunga, di risultare una zavorra per la competitività delle imprese del settore, atteso che le innovazioni di processo e di prodotto nel settore stesso si sono succedute, soprattutto negli ultimi anni, ad un ritmo molto elevato, e la gestione di tali innovazioni può essere eseguita in modo efficace ed efficiente solamente da personale altamente qualificato ed istruito.

All'interno del settore turistico, i posti di lavoro riservati alla componente femminile sono, generalmente, di livello inferiore rispetto a quelli destinati alla componente maschile, secondo una dinamica che, tra l'altro, pare cozzare con le performance scolastiche degli studenti delle scuole superiori e delle università, tra i quali, generalmente, si riscontrano risultati migliori per le donne che non per gli uomini.

Per quanto riguarda la dinamica territoriale, non ci sembra di notare particolari differenze in merito alle richieste delle imprese, se non che quote di diplomati generalmente più elevate della media vengono richieste dalle imprese del Mezzogiorno, che, in tal modo, paiono più attente alle esigenze qualitative.

**ALCUNI DATI DI GENERE INERENTI AL CORSO DI LAUREA IN SCIENZE
DEL TURISMO - UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI ROMA "TOR VERGATA"
CONSORZIO ALMALAUREA (aprile 2016)**

Da PROFILO LAUREATI

Genere (%)

UOMINI	28,6
DONNE	71,4

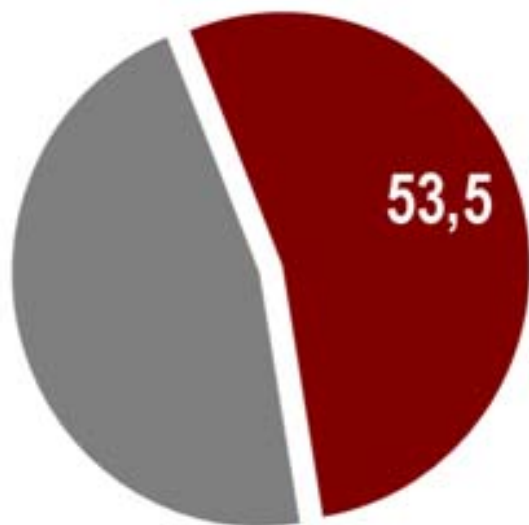
Da CONDIZIONE OCCUPAZIONALE LAUREATI

Guadagno mensile netto (medie, in euro)

UOMINI	2.344
DONNE	824

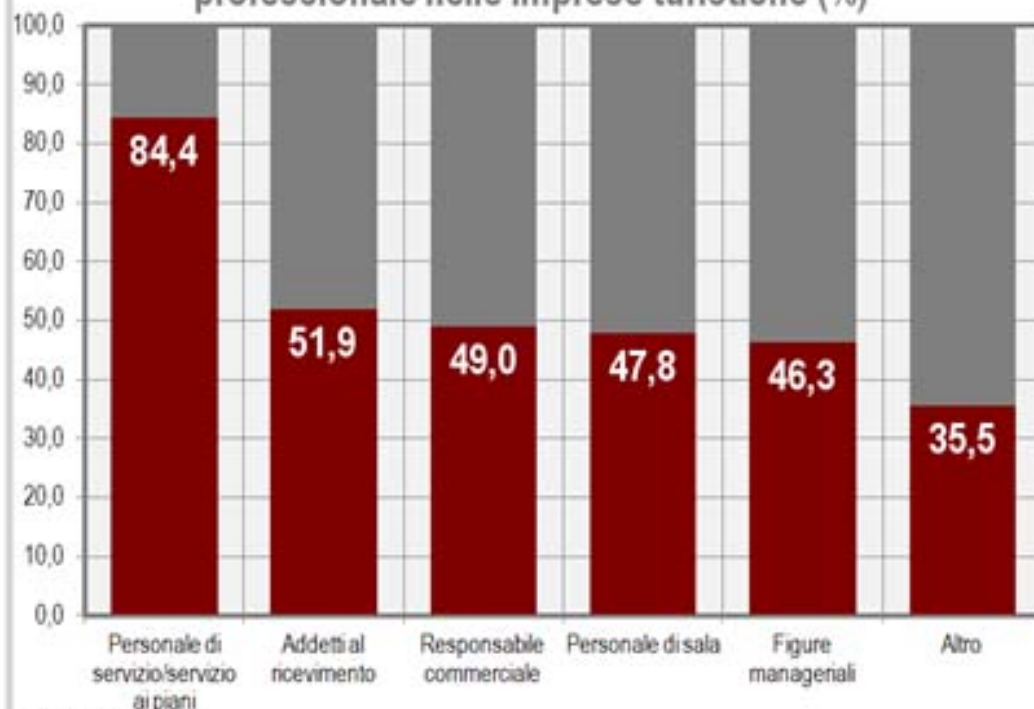
CONSIDERAZIONI RIASSUNTIVE

La quota di personale femminile nelle imprese turistiche (%)



Fonte: elaborazioni IS.N.A.R.T.

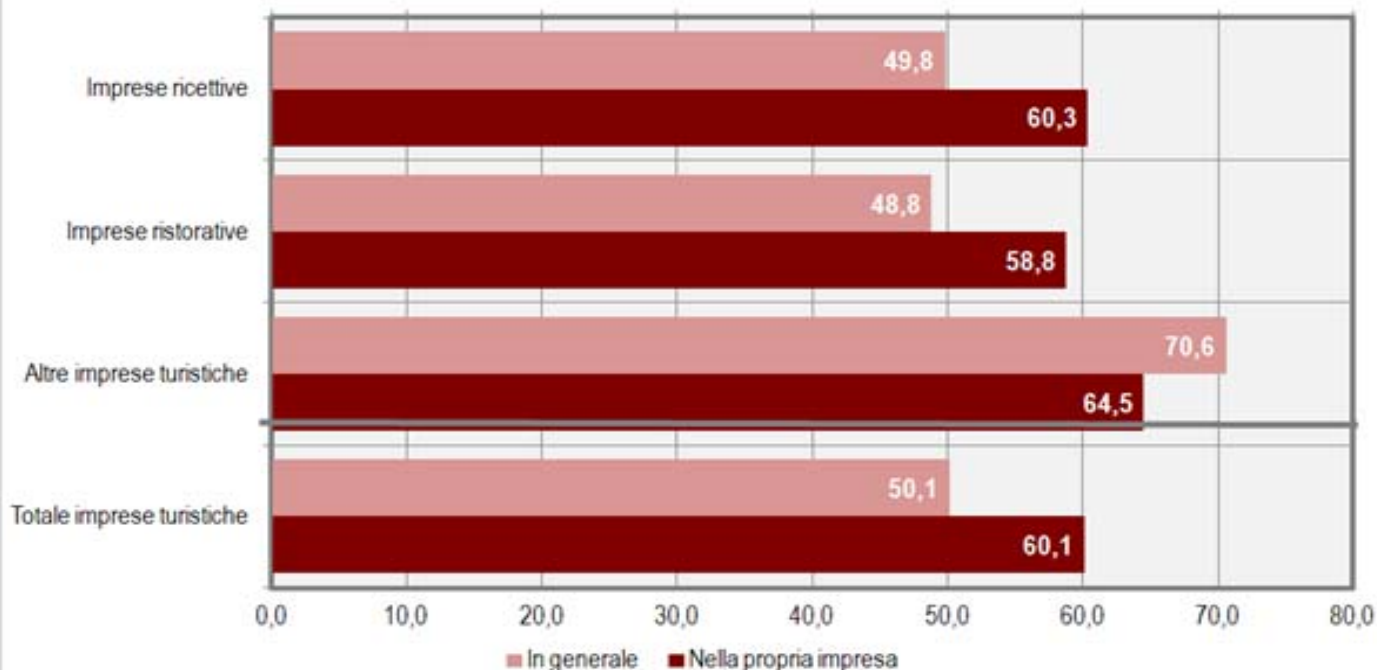
La quota di personale femminile per figura professionale nelle imprese turistiche (%)



Fonte: elaborazioni IS.N.A.R.T.

Quota di imprese turistiche che ritengono esista una correlazione tra la connotazione femminile e la tenuta economica del settore turismo (%)

Confronto tra l'esperienza della propria impresa e l'opinione sul settore



Ritiene che la maggiore tenuta del settore del turismo rispetto ad altri comparti economici, in questi anni di crisi economica, sia correlata ad una maggiore femminilizzazione delle imprese?

	Sì, perché hanno...				NO	Totale
	saputo intraprendere la strada della qualità	dato una spinta di innovazione	attivato processi di sostenibilità e responsabilità sociale	investito maggiormente in formazione		
Imprese ricettive	23,40	14,20	7,40	4,80	50,20	100,00
Imprese ristorative	22,20	13,50	8,10	5,10	51,20	100,00
Altre imprese turistiche	32,40	23,50	2,90	11,80	29,40	100,00
<i>Totale imprese turistiche</i>	<i>23,40</i>	<i>14,30</i>	<i>7,40</i>	<i>5,00</i>	<i>49,90</i>	<i>100,00</i>
P.A. e istituzioni	25,00	7,10	25,00	0,00	42,90	100,00
Sistema camerale	30,30	9,10	15,20	3,00	42,40	100,00
Marketing, consulenza, comunicazione	23,70	17,20	9,70	14,00	35,50	100,00
Istituti di ricerca pubblici e privati, università	17,40	17,40	13,00	4,30	47,80	100,00
<i>Totale imprese di sistema</i>	<i>24,30</i>	<i>14,10</i>	<i>13,60</i>	<i>8,50</i>	<i>39,50</i>	<i>100,00</i>
Altro ruolo nel turismo	22,20	5,60	11,10	5,60	55,60	100,00
Nessun ruolo nel turismo	23,20	10,70	8,90	10,70	46,40	100,00
Totale	23,50	14,00	8,20	5,60	48,70	100,00
<i>Fonte: elaborazioni IS.NA.R.T.</i>						

Quale ritiene l'ambito dell'innovazione nel quale le figure femminili incidono maggiormente?

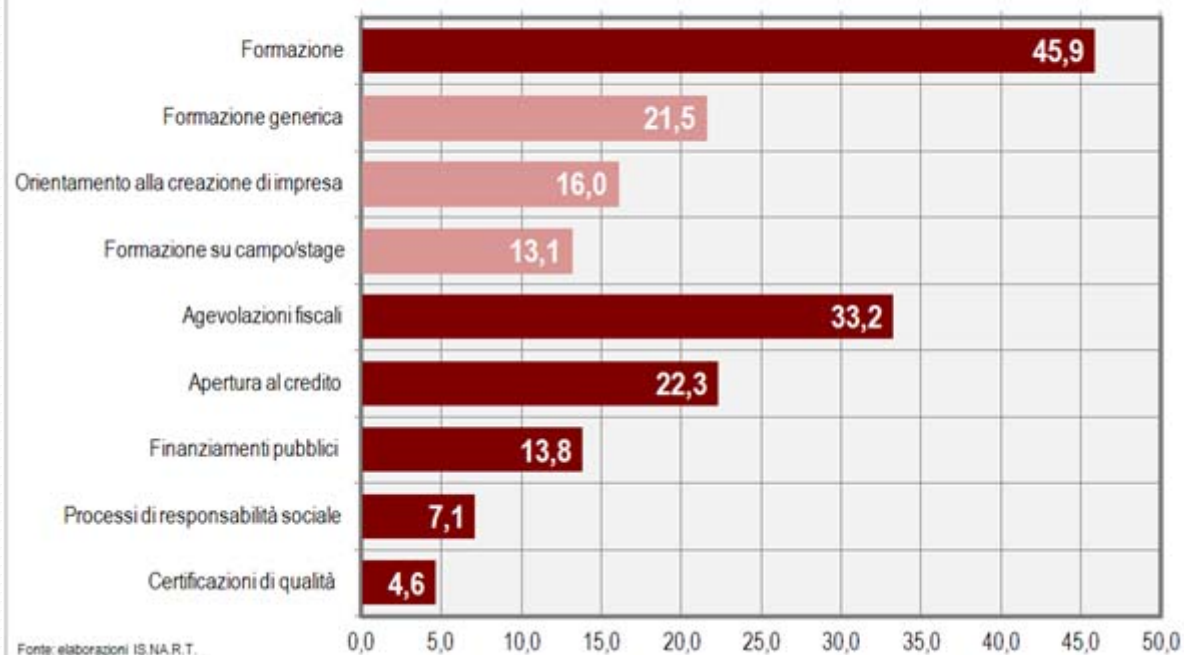
% sul totale imprese turistiche che ritengono che le figure femminili hanno dato una spinta di innovazione

	Innovazione di prodotto	Innovazione nel Marketing	Innovazione dei processi produttivi	Totale
Imprese ricettive	70,60	20,60	8,90	100,00
Imprese ristorative	65,60	20,90	13,50	100,00
Altre imprese turistiche	63,20	15,80	21,10	100,00
Totale Imprese	69,30	20,50	10,20	100,00

Fonte: elaborazioni IS.NA.R.T.

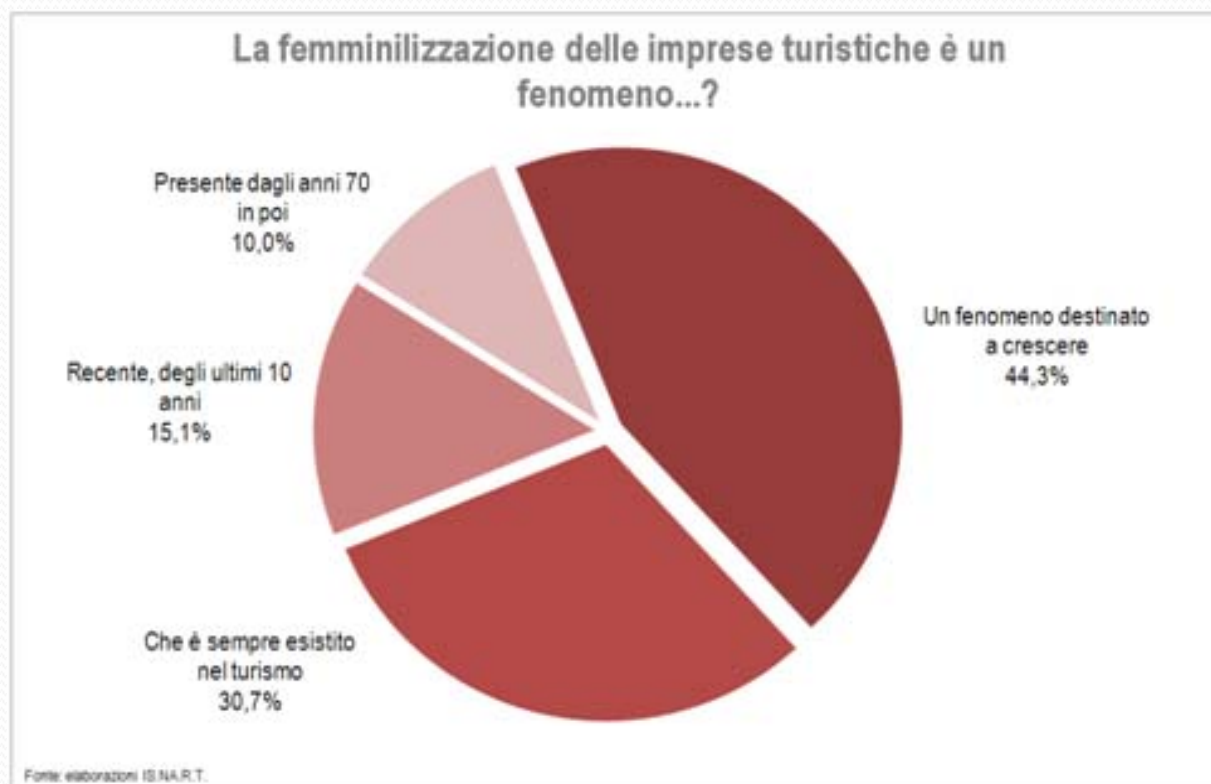
Di cosa c'è bisogno per fare impresa turistica al femminile?

% sul totale intervistati, possibili più risposte



Fonte: elaborazioni IS.NA.R.T.

Si tratti di imprese o di esperti del settore, è ormai sempre più evidente e riconosciuta l'importanza del ruolo delle donne nelle imprese, un fenomeno poi quello della **femminilizzazione delle imprese turistiche** che è sempre esistito nel turismo (secondo il 30,7% degli intervistati) e che è comunque destinato a **crescere**, specie in **QUALITA'**.



FONTI DELLA RICERCA:

Turismo e Pari Opportunità: un settore al femminile?, ricerca coordinata dal Prof. Andrea Ciccarelli, Università degli Studi di Teramo, per l'Ente Bilaterale Nazionale Turismo, 2013.

Le donne nelle imprese: in aumento manager e figure professionali, in “IMPRESA E TURISMO”. Pubblicazione a cura dell'Istituto Nazionale Ricerche Turistiche (Marzo 2013). Consultabile al link:

<http://www.impresaturismo.it/archivio/59-marzo-2013/200-le-donne-nelle-imprese-turistiche-in-aumento-manager-e-figure-professionali.html>

I vantaggi del turismo al femminile. Analisi e studi sul turismo visto dal punto di vista delle donne. Secondo Well_B_Lab a cura di Giovanna Baldassi (14 luglio 2014)
Consultabile al link: <http://www.noidonne.org/articolo.php?ID=04886>

Consorzio Interuniversitario AlmaLaurea www.almalaurea.it

Associazione Donne nel Turismo www.donnenelturismo.it