



UNIONE EUROPA  
Fondo Sociale Europeo



REGIONE PUGLIA  
Area politiche per lo Sviluppo, il Lavoro e  
l'Innovazione  
Servizio Formazione Professionale

## Soggetto attuatore



finanziato a valere sul *POR PUGLIA 2000-2006: ASSE III, MIS. 3.14 az. D)*  
*Avviso 08/2009 Cod. prog. POR09314d314 approvato con D.D. 830/2009 930/2009 del*  
*12/06/2009*

cofinanziato da F.S.E. Ministero del Lavoro e Regione Puglia,  
“Misure Anticrisi per le Donne”

# Risultati della “Ricerca-azione”

# Premessa

- Il progetto è stato centrato sull'analisi delle condizioni quali-quantitative del lavoro femminile nel settore turistico della Provincia di Foggia, con particolare riferimento all'inserimento lavorativo delle donne, comprese lavoratrici atipiche e migranti, i loro percorsi di carriera, l'emersione delle donne dal lavoro irregolare e sommerso, ai bisogni di conciliazione delle donne occupate, delle donne in cerca di occupazione e in formazione.

# Finalità

- E' il caso di sottolineare come nel tempo la concezione del turismo si sia modificata in modo più o meno radicale a seconda degli ambiti, e ad affiancare un turismo tradizionale, che presenta motivazioni legate al "riposo" e al "relax" sono nate nuove motivazioni, anche "forti", che si orientano verso l'**impegno culturale o sociale** (istruzione, arte, religione, natura, formazione ecc) o verso **forme innovative**, peraltro sempre più presenti, legate **all'intrattenimento, allo spettacolo, all'enogastronomia, all'agriturismo, agli sport estremi ecc.**

# Il profilo del turista

- Il turista "tipo" del terzo millennio, in estrema sintesi, somiglia sempre meno al turista del secondo millennio e chiede sempre più **servizi innovativi e di qualità**.
- La capacità del "**sistema turismo**" di rispondere a questi "**nuovi bisogni**" determinerà l'efficacia e l'efficienza delle performance del turismo della nostra Provincia.

# La figura professionale ipotizzata

- In considerazione della complessità Si è quindi ipotizzata pertanto una "receptionist" come **"Un tecnico delle attività ricettive ed assimilati"** (si noti che anche le definizioni delle figure professionali sono coniugate al maschile) con competenze specifiche tali da configurare una sorta di **"esperta di offerta turistica integrata"**. In altri termini una **"receptionist - agente di sviluppo locale"**, in grado di cogliere i bisogni di benessere psico-fisico del cliente (**che solo le donne istintivamente sanno interpretare**) e di connettere gli attori locali preposti alla **"promozione e valorizzazione turistica del territorio di riferimento"**.

# La ricerca-azione

- In linea con questa premessa la ricerca si è articolata sui cinque linee direttrici
  1. Coinvolgimento degli stakeholders
  2. Coinvolgimento attori pubblici e privati
  3. Individuazione attrici/attori di successo
  4. Indagine bibliografica sul concetto di “turismo sostenibile e competitivo” e del ruolo delle donne nel settore,
  5. una intervista non strutturata ascoltando ed interpretando le testimonianze, in particolar modo donne, che sono risultate nel **80% di altissimo livello.**
- Gli interlocutori  
Le/gli interlocutrici/tori sono stati suddivisi in tre macro categorie ovvero:
  - Le protagoniste (donne di successo)
  - Le imprese turistiche (si è cercato di raggiungere la filiera turistica)
  - Le/i testimoni delle aree “sistema” esistenti (futuri STL)

# LA FASE DI RICERCA-AZIONE

- Il progetto di ricerca intendeva quindi **fotografare** il ruolo e la condizione della donna nel settore del turismo, *core business* dell'economia pugliese, al fine di **orientare e favorire processi di programmazione** ed attuazione delle politiche di promozione dello sviluppo lavorativo delle donne ed incrementare la sua partecipazione attiva alle dinamiche di sviluppo locale.

# Fase desk

- Nella prima fase sono state raccolte utilissime informazioni ed opinioni attraverso contatti diretti con alcune **"testimoni privilegiate"** sia dal punto di vista della carica attualmente ricoperta che da competenze specifiche imprenditoriali e/o politiche.
- Le testimoni sono state tutte disponibilissime al contatto e alla collaborazione e qui si ringraziano in particolar modo due **"forze della natura"** un'imprenditrice ed una politica per l'apporto significativo dato a tutta l'attività.



# Le interviste

Durante il colloquio telefonico sono emerse diverse "vision" ovvero

- concetti diversi di "turismo rurale" e "territorio rurale";
- caratteristiche e potenzialità dei territori individuati;
- individuazione di un mercato attuale e potenziale dei servizi turistici nel territorio;
- forti carenze nell'applicazione del contesto normativo-organizzativo, riferendosi in particolare alle politiche di sostegno delle Pari Opportunità, di gestione di servizi di supporto alle donne nelle realtà territoriali, il sostegno alla creazione di nuova imprenditoria femminile;
- individuazione di strumenti di valorizzazione dell'offerta (quali reti di operatrici, progetti di promozione locale, ecc.).

# L'indagine documentale

- Il lavoro di indagine documentale ha consentito di formulare una definizione sufficientemente condivisibile, una sorta di chiave di lettura dell'esistente, passaggio fondamentale per poter avviare le successive fasi volte a "fotografare" la realtà del settore (per scattare una fotografia occorre prima mettere a fuoco il soggetto), e soprattutto a valutarne le potenzialità di sviluppo riferite alle possibilità di creare nuova imprenditoria e nuova professionalità al femminile.

# segue

- Il ragionamento emerso è che in campo turistico la nascita di nuove imprese o di attività professionali non può essere mai forzata, ma bensì guidata alla luce delle effettive potenzialità dei territori e dei bacini di clientela, elementi che vanno quindi indagati con il maggior rigore metodologico possibile ma che però non fanno parte della presente ricerca.

# Verso gli STL

- Il medesimo rigore che dovrebbe portare a considerare come non selezionabile sotto il profilo della **"ruralità"** il territorio foggiano, che tranne poche e motivabili eccezioni, è considerato per le sue caratteristiche **orografiche, economiche e sociali, interamente come rurale**, al fine di non perdere opportunità di sviluppo turistico che si intravedevano interessanti.
- Ovviamente però, il cosiddetto **"turismo rurale"** vede come sede preferenziale i piccoli e piccolissimi Comuni piuttosto che i rinomati luoghi di villeggiatura estiva del Gargano. Se il territorio è quasi tutto valorizzabile sotto il profilo del turismo rurale, è altrettanto vero che in determinate porzioni di esso uno **sviluppo turistico alternativo ai grandi insediamenti ed ai grandi flussi**, e quindi possono rappresentare l'elemento vincente per l'innescò di processi virtuosi di sviluppo locale, e per il riequilibrio della pressione antropica sull'ambiente foggiano.

# Alcune definizioni

- Sulla base di queste considerazioni è stata "**azzardata**" una sintetica definizione di territorio rurale in esame, e ne è stata valutata per via deduttiva la capacità di supportare flussi di visitatori più significativi degli attuali. Sarà pertanto indispensabile individuare e catalogare gli attrattori "rurali" sul territorio oggetto di indagine.

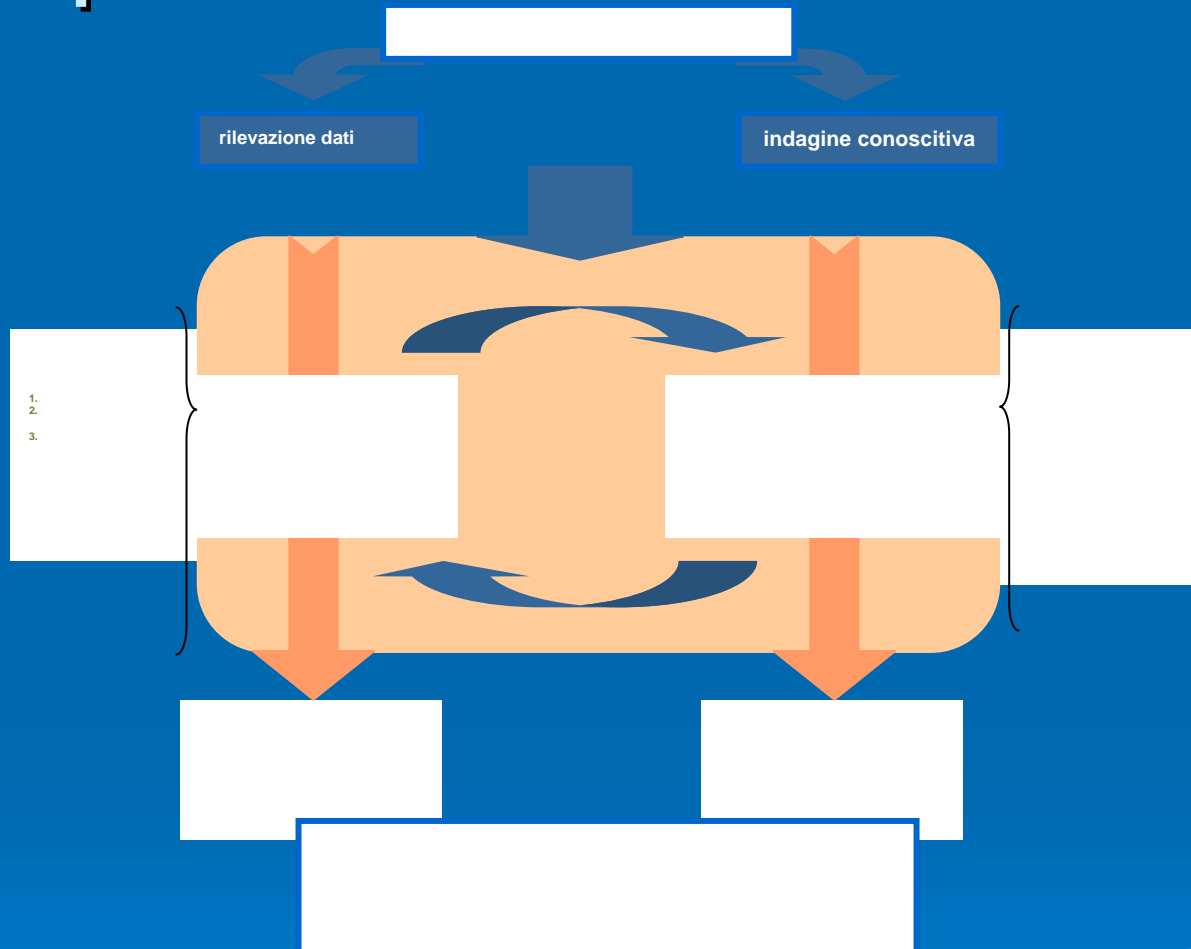
# Turismo e genere

- Successivamente l'attenzione è stata focalizzata sull'elemento femminile della popolazione, vista la finalizzazione ultima del percorso progettuale, elemento di cui sono state indagate le caratteristiche demografiche, la rete di servizi sociali a supporto, il dispiegarsi delle politiche di genere regionali.

# Riflessioni

- Spunti di riflessione sono stati fatti soprattutto sulla struttura dell'offerta, con le caratteristiche tipologiche e organizzative dei servizi localmente disponibili, con particolare attenzione a quelli a integrazione e corollario dei meri servizi ricettivi (come ad esempio animazione, promozione, intermediazione di prodotti turistici), in quanto proprio su questi temi si sono riscontrate le maggiori carenze nel sistema foggiano.

# Ipotesi di osservatorio





# Dettaglio della Ricerca-azione

La Ricerca si è articolata nelle seguenti fasi.

- Analisi documentale (Rapporto Economico CCIIA - Foggia - Rapporto ENIT, Rapporto Nazionale sul Turismo - Ministero del Turismo a cura di Mercury srl, Rapporti comunitari)
- Interviste privilegiate a Opinion leaders (7 donne e 3 uomini di successo)
- Individuazione campione di imprese "anche non di genere" (strutture nei settori di riferimento - accoglienza, ricettività, ristorazione, wellness ... ovvero filiera turistica) di successo 10 interviste
- Individuazione attori locali (Pro-loco) ipotizzate 30 ma non raggiunte
- Individuazione ed interviste ad imprese femminili di successo (casi esemplari - Agriturismo, Alberghi, Ristoranti, ecc.) 10 interviste (3 donne e 10 uomini)
- Interviste ad imprese con forte presenza femminile (tre per ogni ramo della "filiera turistica".) 20 interviste.

# Risultati

- Dai documenti ufficiali (indagini, rapporti, ricerche) e dalle interviste concesse appare evidente che il **ruolo delle donne foggiane è ormai consolidato in molti settori economici**, quindi le discriminazioni tipiche di genere sono ormai un vecchio ricordo.
- Questo è vero nel lavoro ma lo è un po' meno nella gestione dei tempi vita-lavorativa e vita-familiare. La conciliazione dei tempi e dei ruoli è ancora molto lontana. Infatti appare evidente che esistono ancora
  - differenze di genere rispetto ai ruoli e allo sviluppo di carriera
  - difficoltà di conciliazione reali e percepite della donna in quanto moglie e madre
  - difficoltà interlocutorie con gli "attori" politici del territorio

# La visione del territorio

Durante le interviste telefoniche sono state poste alcune domande tra le quali:

- Il settore potenzialmente, come dimostrano le statistiche locali e nazionali, può rappresentare un grande bacino di impiego. Lei ritiene che nella provincia di Foggia le donne possano essere protagoniste del cambiamento nel settore dell'Accoglienza turistica nella più ampia accezione?
- Dalla sua posizione privilegiata qual è il suo punto di vista delle donne che operano nel settore del turismo?

In sintesi quasi tutti i pareri (circa il 70%) si attesta sulle **indubbie capacità delle donne nel settore** ma ancora **"relegate nel back-office"** pur riconoscendo loro grandi capacità e competenze.

# Rispetto al ruolo

- Quale ruolo gioca la donna in uno dei settori nevralgici per lo sviluppo economico della Provincia?
  - Un ruolo determinante (77%)
  - Un ruolo marginale (33%)

# Rispetto alle difficoltà

- Quali sono le principali difficoltà di genere che le donne devono affrontare come dipendente, all'interno di una struttura turistica?
    - preconcetti di ruolo (maschili e femminili circa il 43%)
    - preconcetti di mansioni (maschili e femminili circa il 57%)
- “Esempio “ ... nella totalità ... Il front-office è maschio il back-office è **femmina...**”

# Rispetto ai servizi

- **Come imprenditrice rispetto ai servizi di conciliazione quali ritiene siano più importanti (in ordine di importanza i primi 4 rispetto 12)**
  - Asilo nido
  - Asilo nido aziendale
  - Ludoteca
  - Laboratori di animazione e sostegno scolastico in orario extrascolastico

# Complessità di genere

Come affronta e gestisce la complessità delle funzioni a cui deve ottemperare in virtù dei ruoli di figlia, moglie, madre?

- **una questione privata** (di ciascun singolo: donna, uomo, famiglia)
- **una questione culturale** (riconoscere il valore della diversità di genere, promuovere la conciliazione delle responsabilità parentali con quelle professionali, promuovere l'opportunità di progressione di carriera e di rappresentatività sociale);
- **una questione pubblica** (mercato del lavoro, organizzazione aziendale, ente locale)
- **una questione normativa** (emanazione, applicazione, conoscenza delle leggi)
- **una questione di scelte politiche** (scelte politiche del governo centrale e dell'ente locale per destinazione di risorse finanziarie, realizzazione di attività e servizi)
- **una questione del mercato del lavoro** (livello di occupazione e di disoccupazione)

# Cosa proporrebbe?

- **Promuovere una cultura di genere** per una maggiore condivisione delle responsabilità familiari tra uomini e donne.
- **Implementazione e miglioramento qualitativo** dei servizi esistenti;
- **Promozione di nuove tipologie di servizi** a sostegno delle relazioni familiari, del rafforzamento della cultura delle pari opportunità e delle politiche di conciliazione;
- **Adozione di azioni innovative all'interno** di organizzazioni pubbliche ed imprese per renderle più family friendly (asili nido aziendali, condominiali, territoriali; flessibilità dei tempi e dell'organizzazione del lavoro; telelavoro, part-time; job sharing; alternanza lavoro/non lavoro)
- Rafforzamento delle politiche dei congedi parentali;
- **Riorganizzazione dei tempi della città e dei servizi sociali in generale**



# Rispetto al contesto quali le priorità

- Valorizzare i fattori vincenti per far emergere le difficoltà incontrate sia nel contesto familiare che in quello lavorativo.
- **Diffondere e condividere le strategie** che l'imprenditrice è riuscita a mettere in atto per avere successo (**Madrinage**).
- Evidenziare i fattori che le hanno impedito di avere successo e quanto hanno inciso i fattori familiari (marito, figli, parenti) e i fattori maschilisti di contesto.
- Individuare una mappa delle strutture "sensibili" al genere, disposte a partecipare alla fase di "progettazione e partecipazione" all'Osservatorio e farsi anche promotori di azioni di sensibilizzazione nei contesti di riferimento.

# Rispetto alle pari opportunità

- Prendere **coscienza** delle proprie capacità, abilità e competenze
- Valorizzazione dell'equipe lavorativa scelta dall'imprenditrice
- Valorizzare gli investimenti di accrescimento professionale messi in atto
- Opportunità di finanziamento/investimento praticate

## Gli interlocutori privilegiati

- Il campione è stato composto da due gruppi di interlocutori, quelli coinvolti nel patenariaro ed un certo numero di imprese fuori della patnertship ma rappresentativi delle categorie sopra esposte.
- L'intervista telefonica ha consentito di raggiungere facilmente i soggetti adattandosi alle esigenze ed agli orari degli interlocutori.

# Conclusioni

## In ordine di importanza attribuita

- incoraggiare lo sviluppo sostenibile del turismo coinvolgendo nelle scelte il buon senso delle donne;
- valorizzare le risorse umane femminili nel settore turismo (**da back a front-office**);
- incoraggiare **le imprese turistiche a soddisfare le esigenze della clientela anche in ottica di genere**;
- **modernizzare e rendere più efficienti le infrastrutture del turismo tenendo conto delle esigenze di genere sia del personale che della clientela**;
- rendere più efficiente il "mercato del turismo" migliorando il contesto territoriale in cui operano le imprese valorizzando il lavoro femminile;
- dare al turismo locale il riconoscimento politico/istituzionale che merita in quanto settore di primo piano.

# La complessità del settore

Rapporto nazionale a cura della Mercury srl)

## **Alloggio:**

- alberghi a 5 stelle e di lusso

## **Trasporto:**

- aerolinee
- società aeroportuali

## **Alloggio:**

- alberghi a 4 stelle
- alberghi a 3 stelle
- pensioni
- fattorie
- tende e roulotte
- case ed appartamenti di villeggiatura

## **Infrastrutture per lo sport ed il tempo libero:**

- piscine con attrezzature per lo svago o l'avventura

## **Tour operators**

## **Infrastrutture culturali:**

- musei
- mostre, istituzioni

## **Editori e distributori di libri di viaggio e mappe**

## **Agenzie pubblicitarie/ mezzi di comunicazione**

## **Centri acquisti**

## **Alloggio:**

- alberghi a 2 stelle
- alberghi a 1 stella
- motel
- ostelli della gioventù

## **Alloggio:**

- alberghi non classificati

## **Infrastrutture per lo sport ed il tempo libero:**

- campi per nuovi tipi di sport; infrastrutture termali, di cura della salute e ginniche; istituti di formazione e istruzione

## **Servizi di ristorazione:**

- ristoranti a 3 stelle
- ristoranti a 2 stelle
- ristoranti a 1 stella
- ristoranti caratteristici
- ristoranti con cucina internazionale
- locali self-service

## **Infrastrutture per lo sport ed il tempo libero:**

- bar
- caffè
- servizi di vettovagliamento (*catering*) per le imprese del settore dei trasporti

## **Monumenti:**

- monumenti culturali
- bellezze naturali
- monumenti industriali

## **Fabbricanti di macchine fotografiche e pellicole**

## **Artigianato**

## **Vendita dei viaggi:**

- agenzie di viaggio
- ## **Ristorazione:**
- ristoranti non classificati

## **Banche ed uffici cambi**

## **Vendita dei viaggi:**

- sistemi globali di distribuzione e prenotazione
- nuovi mezzi di comunicazione

## **Servizi all'arrivo:**

- agenzie per l'accoglienza
- servizi d'informazione turistica
- servizi di guide turistiche
- servizi per i trasferimenti
- escursione

## **Settore dell'intrattenimento:**

- opera
- operette e spettacoli musicali
- teatro
- cabaret

## **Assicurazione per i viaggi**

## **Fabbricanti di mezzi di trasporto:**

- industria aeronautica
- fabbricanti di autobus
- case automobilistiche

## **Cura e gestione del paesaggio**

## **Industria dei vestiti per il tempo libero**

## **Infrastrutture culturali:**

- biblioteche ed archivi

## **Parchi:**

- parchi d'avventura
- parchi a soggetto

## **Rivenditori di computer e software**

## **Operatori di reti di comunicazione**

## **Trasporto:**

- ferrovie
- società di autobus
- linee di traghetti e navi crociera
- imprese d'autonoleggio
- taxi ed altri servizi di trasferimento
- società portuali

## **Centri conferenze, siti fieristici, parchi:**

- parchi giochi
- parchi acquatici

## **Commercio all'ingrosso e al minuto:**

- roulotte e mobilhomes
- articoli da campeggio
- pelletterie ed accessori per il viaggio
- ricordi

## **Architetti/promotori immobiliari**

## **Imprese di costruzione**

## **Fabbricanti di mezzi di trasporto:**

- cantieri
- fabbricanti di locomotive e vetture ferroviari

