



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.

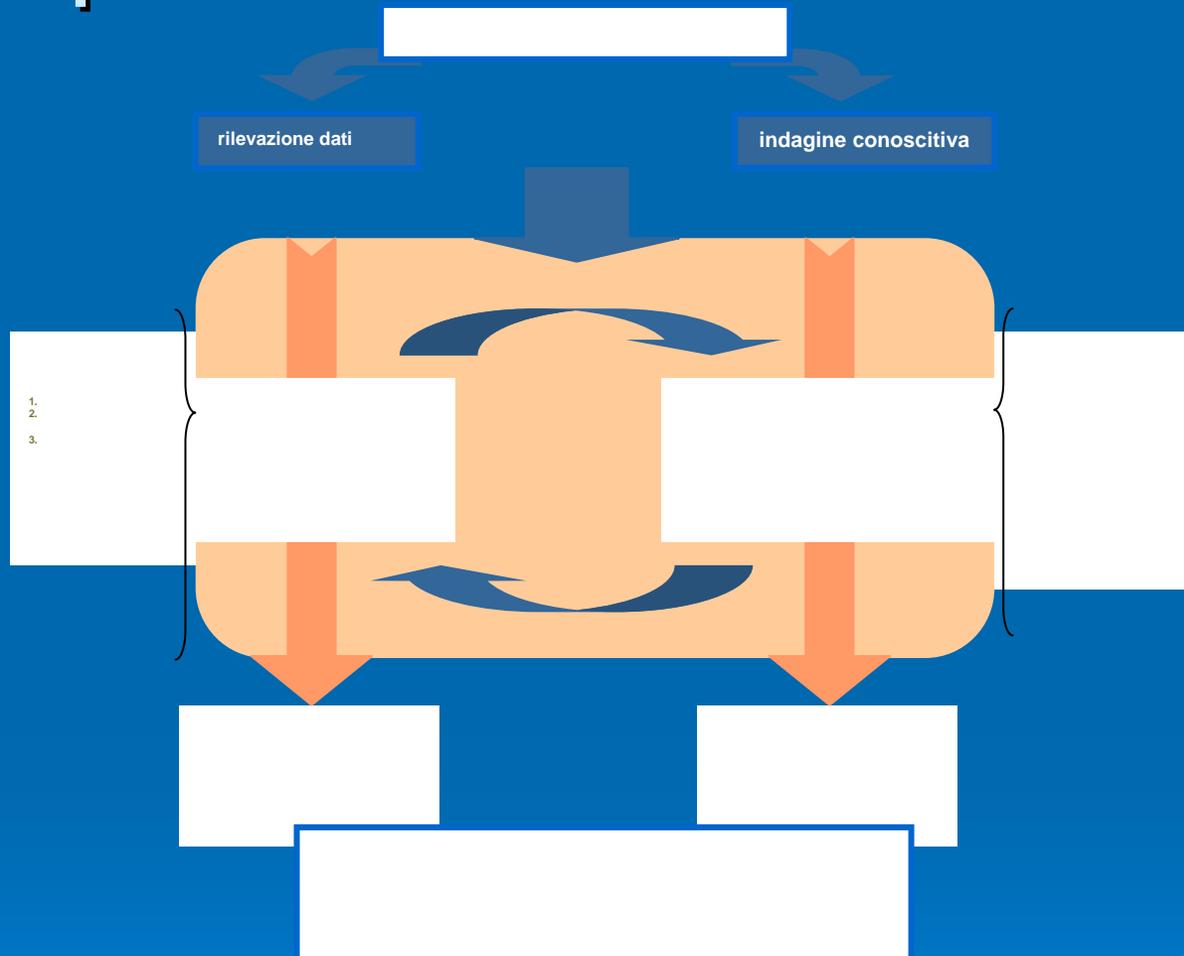
Turismo e genere

- 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
- cucine fai da te
- 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:

Artigianato

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

