



MANAGEMENT



Risorse umane • Normativa • Marketing • Carriere

Il turismo è il settore produttivo con la più alta percentuale di imprenditoria femminile. E negli alberghi i dipendenti uomini sono in minoranza (47%): uno studio Federalberghi analizza in profondità il tema dell'occupazione "rosa"

di Alessandra Tibollo

Donne protagoniste dell'accoglienza

Un settore sempre più in rosa: lo afferma una ricerca di Federalberghi, che ha fotografato un comparto, quello turistico, fra i più connotati dal lavoro femminile.

Nel 2010, infatti, si contava un totale degli addetti nel settore turismo di poco inferiore al milione (982.223), di cui 556.238 donne; nelle aziende alberghiere, in particolare, sono donne più di centomila occupati su un totale di 190mila (il 53,1%). Ma è l'incremento tendenziale il dato più interessante



periodo (2mila unità in meno), si evidenzia un seppur lievissimo aumento della percentuale "rosa" sul totale dei lavoratori del turismo (dal 52,98% del 2007 al 53,05% del 2010).

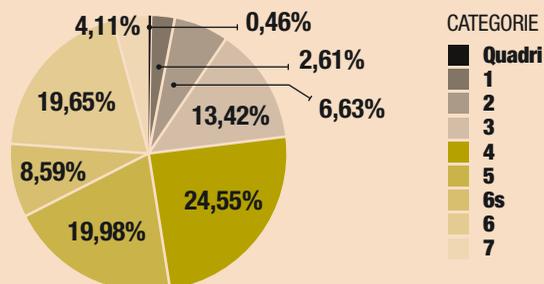
Negli hotel italiani il 53% dei dipendenti è di sesso femminile

del settore, con una crescita di circa 45mila unità per l'occupazione femminile nel qua-

driennio che va dal 2007 al 2010. E se il comparto alberghiero registra una lieve flessione complessiva nel

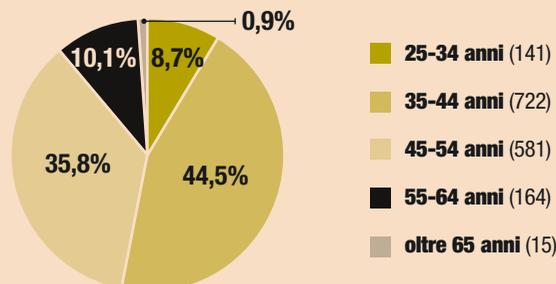
Non bisogna, però, pensare alla figura della donna che lavora in albergo (solo) come alla addetta ai piani.

L'inquadramento delle lavoratrici



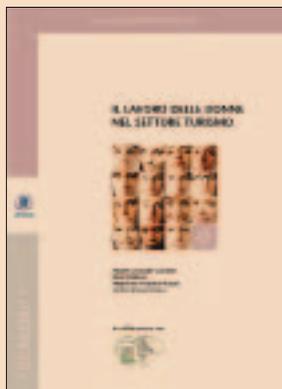
DISTRIBUZIONE Oltre la metà delle lavoratrici assunte nelle aziende alberghiere italiane nel 2011 è concentrata nei tre livelli più bassi dell'inquadramento professionale

L'età delle donne assunte come quadro



FORZE GIOVANI La presenza di donne tra i quadri nel turismo italiano è in crescita. Tra, parentesi, il numero di assunte per fascia di età nel 2010

Fonte: elaborazione Federalberghi su dati campionari

**FOTO IN ROSA**

«Il lavoro nelle donne nel settore turismo», 220 pagg., Federalberghi

Al contrario: l'analisi del campione condotta da Federalberghi (che ha incrociato i dati provenienti dalla Quas - Cassa assistenza Quadri - Commercio e Turismo) mostra come circa un terzo delle posizioni di vertice siano occupate da donne. Nel settore Turismo, la maggior parte delle posizioni dei quadri (livello A e B) ricoperti da donne sono concentrati nella fascia di età tra i 35 e 54 anni di età (80% sul totale).

Ancor più evidente la presenza delle donne nella fascia centrale di inquadramento, ovvero nei livelli 3°, 4° e 5°, in cui si collocano normalmente i servizi di accoglienza. È questa la fascia che contiene la quota preponderante degli occupati nelle aziende alberghiere (63,4% del totale), nella quale si registra una presenza quasi equivalente di donne e di uomini.

Non mancano le "quote rosa" anche fra gli imprenditori del settore turistico. Lo conferma uno studio della

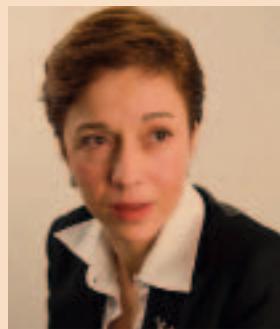
Quello che le donne sanno fare meglio degli uomini

LA DIFFERENZA È NEI DETTAGLI

Riconoscere i pregi di una donna (o ancor meglio di una mamma) ed essere disposti ad accettare che possano ricoprire alcune posizioni manageriali con migliori risultati rispetto a un uomo: è il consiglio di Donatella Rampado, fondatrice di SelfBrand, che più volte ha affrontato la "questione femminile" dal lato del selezionatore di risorse.

Rampado sottolinea alcune caratteristiche peculiari delle donne che nel mondo dell'ospitalità possono fare la differenza: «La prima - afferma - è la valorizzazione della diversità, conseguenza di una naturale curiosità delle donne, che le porta a essere genuinamente interessate agli altri. È un elemento fondamentale nel rapporto con i clienti stranieri, specie se di Paesi e culture molto lontane dalla nostra». Il modo di affrontare il lavoro quotidiano è molto diverso: «Abbiamo riscontrato un'ottima capacità di lavorare in gruppo, visione e percezioni utili a prevenire il futuro, e l'attitudine a gestire

le persone in vista di un obiettivo comune, trasformando i problemi in opportunità». Ancora, l'ottimale gestione del tempo e delle scadenze è un'innata propensione delle donne, abituate a dividersi fra lavoro e famiglia. «Oltre a essere multitasking - spiega -, le donne sono meglio



Donatella Rampado, esperta in marketing e comunicazione, è la titolare di SelfBrand

capaci di ordinare i compiti loro assegnati in base all'urgenza, ottimizzando il tempo e dando priorità a ciò che non è rinviabile». Le donne, in più, hanno una spiccata attenzione al dettaglio: questa è la vera *killer application* su cui Rampado suggerisce di

puntare nel proporsi per posizioni manageriali. Meglio di chiunque altro, una donna (meglio se anche mamma) ha la capacità di calarsi nei panni del cliente e riconoscere le approssimazioni nell'accoglienza. Per questo Rampado propone alle catene alberghiere con cui collabora sul miglioramento della customer care di dotarsi di una figura nuova: l'improvement manager, colui (o meglio colei) che si occupi di qualità a 360°. «Suggeriamo che sia una donna, possibilmente mamma, a ricoprire il ruolo. Il gentil sesso è programmato per far caso a dettagli infinitesimali e a essere propositivo in termini di miglioramento dell'accoglienza».

Una donna, per esempio, suggerisce di inserire la crema per le mani nel bagno o un menù bio. «Una manager mamma nota a colpo d'occhio se l'asciugamano o le lenzuola sono ben stirate, se l'accoglienza è cortese, se il menù ha piatti adatti ai bambini ecc. costruendo così una customer experience orientata all'eccellenza».

Banca d'Italia sulla presenza di imprese femminili (in particolare nelle società di capitali e di persone) nei di-

● ● ● ● ● ● ● ● ● ● Nel settore turismo le donne sono un terzo dei quadri

versi comparti produttivi, di cui Federalberghi anticipa i risultati: il turismo è il settore produttivo che, in

assoluto, registra il maggior numero di imprese con una donna al vertice.

Opportunità non pari

Ed è proprio all'imprenditoria femminile che si rivolge il ministero del Lavoro e delle Politiche sociali (che nel governo attuale ha anche la delega alle Pari opportunità), che ha indirizzato una serie di raccomandazioni alle Regioni e alle banche. Alle prime si chiedono strumenti

di sostegno specifici, mentre gli istituti finanziari sono stati chiamati dal ministro Fornero a studiare strumenti agevolativi e a rimuovere le discriminazioni nell'accesso al credito. Per le imprenditrici, infatti, questa è una vera nota dolente: l'accesso al credito è normalmente più difficoltoso e con tassi di interesse più alti rispetto ai colleghi uomini, indipendentemente dalla capacità di ripagare il debito. //