



Il lato femminile del viaggio d'affari

Sempre più ricerche internazionali stanno indagando il **female business traveller**. Per scoprire che le donne mostrano una maggiore propensione alla pianificazione e che, in Italia, il divario tra i sessi si misura anche contando le carte d'imbarco

✦ **Aura Marcelli**

Quando si parla di donne in viaggio di lavoro il rischio è sempre quello di ridurre identità e differenze di genere alla richiesta di migliori courtesy set o alla disponibilità in albergo di trattamenti Spa. Senza nulla togliere al valore aggiunto offerto da amenities di buon livello e massaggi rilassanti, accessori ormai bipartisan, apprezzati dagli uomini tanto quanto dalle donne, le peculiarità del mondo femminile nell'ambito del business travel sono sicuramente molto più articolate e interessanti. Ne è prova il fatto che siano diverse le ricerche indipendenti che negli ultimi

mesi hanno indagato proprio il tema dei viaggi di lavoro al femminile, delineando un panorama articolato e tutt'altro che scontato.

Le italiane in viaggio

Un'analisi appena presentata da AirPlus International, società multinazionale leader nelle soluzioni di pagamento e analisi delle spese di viaggio aziendali, è stata condotta su 145 milioni di transazioni effettuate nel 2013 dalle aziende clienti nel mondo. I dati che emergono dipingono un quadro non molto positivo, soprattutto



Mentre in Italia, nel 2013, solo il 2,2% dei biglietti aerei emessi per viaggi business è stato destinato a donne, a livello globale, si registra un numero crescente di viaggiatrici d'affari



all'anno) o abituali (almeno 21 all'anno, per gli standard della ricerca di Amadeus).

Resta il fatto che il rapporto tra le trasferte di lavoro in aereo che coinvolgono uomini e donne in Italia è del tutto sproporzionato, indice questo di un divario tra i sessi nel nostro Paese assolutamente anacronistico. «Il fatto che in Italia solo 2 donne ogni 98 uomini volino per lavoro è un'ulteriore conferma del ruolo ancora marginale delle donne in azienda», ha commentato **Diane Laschet**, Amministratore Delegato di Air Plus International Italia, in occasione della conferenza stampa dello scorso 1 aprile. «Il rapporto Eurofound 2013 mette in luce come in Italia esista una segregazione di genere con le donne ancora relegate in ambiti professionali considerati femminili quali i lavori di assistenza, istruzione, pulizie, vendita al dettaglio. E, anche se in altri settori la situazione è più equilibrata, appare evidente dai dati presentati oggi che nel nostro Paese resta ancora molta strada da fare nella maggior parte delle professioni e dei settori». A conferma di quanto detto, una recente indagine OCSE

Il 28% delle donne in viaggio d'affari, secondo bmiregional, si sente al sicuro quando si trova all'estero per lavoro, mentre il 15% preferisce le trasferte con un compagno di viaggio

per l'Italia: solo il 2,2% dei biglietti aerei emessi per viaggi business nel 2013, infatti, sono stati destinati a donne, percentuale questa che colloca l'Italia all'ultimo posto in Europa dietro a Benelux (19,9%), Germania (17,5%), Svizzera (15,1%), Paesi Bassi (15%), Gran Bretagna (13,9%) e Francia (10,4%). Questo dato si contrappone, ma solo a un primo sguardo, a quello riportato da un'altra ricerca piuttosto recente presentata lo scorso ottobre, condotta da TNS per Amadeus (tra i leader nella fornitura di soluzioni IT per il settore globale del turismo e dei viaggi), che individua nel nostro Paese proprio una delle maggiori incidenze di donne tra i viaggiatori d'affari, che addirittura rappresenterebbero il 51,5% del totale, contro una media europea pari al 36%. Il paradosso si risolve se si tiene in considerazione la grande variabilità nel numero dei viaggi effettuati durante l'anno da business traveller occasionali (anche solo 2



Una recente indagine OCSE riporta come sia solo il 47% delle donne italiane a lavorare, contro il 67% degli uomini. Un divario che continua ad aumentare, anziché diminuire, e che ci porta lontani dalla media OCSE del 60%

riporta come sia solo il 47% delle donne italiane a lavorare, contro il 67% degli uomini. Un divario che continua ad aumentare, anziché diminuire, e che ci porta lontani dalla media OCSE del 60%.

Nel mondo più donne e più viaggi

A livello globale, al contrario, l'accresciuto ruolo delle donne nelle aziende si riflette nella crescita del numero delle viaggiatrici d'affari. E il mondo del turismo,

ancor prima di quello corporate, se ne sta rendendo conto e si sta attivando per comprendere il fenomeno e per rispondere in modo adeguato. Mentre, infatti, stando all'AirPlus Travel Management Study 2014, a livello globale solo il 30% dei travel manager considera che questa tendenza possa avere un impatto sulle politiche di viaggio aziendali, la compagnia aerea inglese bimregionale ha commissionato una ricerca condotta su un panel di oltre 1.000 business traveller per comprendere i comportamenti e le richieste specifiche delle donne nei loro viaggi di lavoro, o, in altre parole, ciò che le distingue davvero dai colleghi maschi. La ricerca indipendente ha rivelato che un quarto delle donne intervistate hanno aumentato negli ultimi 5 anni la frequenza dei loro viaggi in aereo e che le signore del business travel tendono a pianificare le trasferte con maggiore anticipo rispetto agli uomini: il 39% delle donne organizza il viaggio con almeno 4 settimane d'anticipo, mentre tra gli uomini a farlo è solo il 20%. Le donne italiane, inoltre, quando pianificano un viaggio di lavoro difficilmente lo annullano: nel 2013 solo lo 0,03% ha cancellato la propria trasferta rispetto al 2,84% dell'altro sesso.



BARBARA AINIS



La sicurezza è senz'altro un tema importante per le donne in viaggio d'affari, ma il 28% delle intervistate da bmiregional ha affermato di sentirsi al sicuro quando si trova all'estero per lavoro, mentre il 15% preferisce le trasferte con un compagno di viaggio. Le donne si sono dimostrate maggiormente capaci di adattarsi alle condizioni di viaggio, meno preoccupate dei colleghi maschi di questioni concernenti lo status, come ad esempio viaggiare in prima classe. Sempre in tema di voli aerei, un quarto delle intervistate ritiene che la distinzione tra toilette per donne e quelle per uomini sarebbe una buona idea anche a bordo degli aeromobili, ma solo il 6% sarebbe pronta a pagare qualcosa in più per questo beneficio. Più alta, ma pur sempre contenuta, la percentuale di donne che apprezzerrebbero settori separati in cabina con posti a sedere per sole donne.

«Questa ricerca mostra come lievi diver-

BARBARA AINIS



genze possano davvero *fare la differenza*», ha affermato **Cathal O'Connell**, CEO di bmiregional. «Ci sono sfumature diverse nel modo in cui uomini e donne viaggiano... Il settore dei viaggi ha provato ad attrarre le donne con piani female-only negli hotel e guest room su misura, ma i risultati della nostra ricerca mostrano che l'attuale offerta di aerei, hotel e ristoranti non scoraggia le donne business traveller dal viaggiare da sole. Piuttosto, risulta chiaro che non tutto va bene per tutti – uomini e donne». La ricerca ha fornito alla compagnia spunti per migliorare il loro servizio a bordo, tenendo conto, ad esempio, del fatto che le viaggiatrici quando sono in aereo apprezzano e preferiscono pasti più leggeri, soprattutto nei voli mattutini, o che minori limitazioni sul bagaglio a mano possono facilitare le cose in termini di convenienza e risparmio di tempo.

«È importante che si investighi con simili ricerche sul tema delle donne in viaggio d'affari», ha affermato **Debbie Dale**, Vice Chair della Association of Women Travel Executives (AWTE). «Le donne giocano un ruolo vitale nel business e con passare del tempo vediamo sempre più donne occupare ruoli dirigenziali nelle aziende internazionali. Ci piace credere che le imprese più lungimiranti sapranno aver cura delle esigenze e delle priorità delle donne business traveller».

Piani female-only negli hotel e guest room su misura sembrano non essere la soluzione per attrarre le viaggiatrici business. Le donne si sono dimostrate maggiormente capaci di adattarsi alle condizioni di viaggio e meno preoccupate dei colleghi maschi di questioni concernenti lo status.