

LA RISCOSSA DI THELMA & LOUISE: SEMPRE PIU' ITALIANE SCELGONO VACANZE DA SINGLE

(Olycom)

Segno dei tempi: l'industria del turismo si tinge di rosa. Sempre più donne negli ultimi anni viaggiano da sole, avendo realizzato che partire senza mariti, compagni o colleghi non solo si può, ma ha anche i suoi vantaggi. C'è chi l'ha scoperto per lavoro, chi per necessità, essendo single, separata o divorziata. Ma spesso la scelta è di puro cameratismo femminile. «Il mercato dei viaggi al femminile è cresciuto perché le donne sono cresciute» dice Isa Grassano, 38 anni, che dopo aver animato il blog Amichesi parte (www.amichesi parte.com), sta scrivendo una guida per novelle Thelma e Louise (a novembre per Newton Compton).

Ma non è la sola. Su internet, siti dai nomi più fantasiosi si moltiplicano: Permesola (www.permesola.com), Donne in viaggio (www.donneinvaggio.com), Donne fuori rotta (www.fuorirotta-donne.it), Gender Responsabile Tourism (www.genderresponsibletourism.org). Mentre in libreria, il coming out di Maria Perosino, lo viaggio da sola, è diventato un cult.

Oggi la donna che viaggia, per affari o per piacere, è diventata hot target anche per tour operator e catene alberghiere: nel pacchetto "Ladies" della compagnia italiana Starhotels sono previsti room service come la cena in camera e la stiratura di un capo di abbigliamento, oltre a una serie di accorgimenti che vanno dalla crema antirughe ai collant alla camicia da notte alle forbicine agli assorbenti se te li sei dimenticata.

La stessa attenzione viene riservata a chi prenota una "W room" negli alberghi della Best Western, che assicurano alle ospiti anche un parcheggio auto sicuro, vicino all'ingresso.

Al Black Hotel di Roma è prevista anche un'ora di attività fisica in palestra con tanto di personal trainer, oppure la manicure o un massaggio rilassante dopo una giornata frenetica nella capitale.

Mentre a Milano, gli Holiday Inn hanno in camera una fitness machine, la piastra per i capelli e una selezione di tisane e infusi da prepararsi in intimità.

Ma la licenza a partire da sole, ha creato anche nuove professionalità come il personal travellers: «Per molte donne viaggiare senza compagno è un'esperienza nuova e di conseguenza optano per un tour organizzato, ma i viaggi di gruppo tendono ad essere dominati da coppie, e così è aumentata l'offerta di consulenti di viaggio specializzati» dice Rosanna Capitani, che nel 2000 ha aperto la strada con Eliotropica Travelling, un'agenzia on line rivolta esclusivamente al mercato femminile, oggi trasformata in un'azienda di consulenza che ha fra i suoi clienti enti locali come la regione Toscana con cui ha avviato un progetto per sensibilizzare gli operatori del settore all'accoglienza, Just for women. «Il futuro del turismo - aggiunge Capitani - è nella personalizzazione delle offerte e quello femminile è sicuramente un mercato in crescita per l'Italia, soprattutto per quanto riguarda i prodotti da offrire alle straniere che da molti più anni viaggiano sole». Tra l'altro, spiega, «un recente sondaggio ha rivelato che un quarto dei manager europei che si spostano sono donne».

Già, ma parafrasando il celebre film con Mel Gibson: cosa vogliono le donne? «Indagini specifiche non ne sono ancora state fatte, ma dalla nostra esperienza, oltre alla sicurezza, la clientela femminile è particolarmente attenta alla cura dell'ospitalità e dell'accoglienza, alla qualità del cibo, al benessere, all'opportunità di sperimentarsi e alla curiosità di confrontarsi con ciò che le circonda e su questo molte strutture lavorano con programmi di formazione al personale» dice Gabriella Fioriti, presidente nazionale dell'associazione Donne nel Turismo. Bisogni di donne che più facilmente vengono recepiti e concretizzati dalle antenne di altre donne: «Non è un caso che nell'industria turistica, l'80% del personale

sia femminile. Peccato che, a parità di ruolo, le donne guadagnino ancora meno, anche se il divario è forse meno marcato rispetto ad altri settori. Ma le cose stanno cambiando: basti pensare che fino a pochi anni fa alla reception di un grande albergo era impensabile vedere una donna, oggi sono la maggioranza». Ora quello che manca è una "rivoluzione in rosa" nelle cabine di pilotaggio.