

# Shipping Italy

Il quotidiano online del trasporto marittimo

## Musso (Wista Italia): “Colmare il gap di rappresentanza femminile ai vertici”

Nicola Capuzzo · Friday, December 3rd, 2021

Alla vigilia della data in cui si sarebbe dovuto tenere il suo Christmas Party (in realtà annullato poi in via precauzionale per l'aumento dei contagi da Covid-19 in Italia), Wista Italia – per voce della sua vicepresidente Costanza Musso – ha tracciato a SHIPPING ITALY un bilancio delle sue attività, non solo per quel che riguarda il 2021 ma a chiusura di un intero biennio vissuto all'ombra della pandemia.

L'associazione, che dal 2019 è guidata da Paola Tongiani, come noto ha come mission quella di promuovere la presenza femminile nel mondo dello shipping e della nautica, in particolare sostenendo le donne nel raggiungimento di quei ruoli di leadership da cui un soffitto di cristallo – in questi settori ancora troppo presente – le tiene lontane.

“Nonostante le donne e le ragazze in Italia, come confermano varie analisi, riescano meglio negli studi, laureandosi o diplomandosi in misura maggiore rispetto ai colleghi maschi (nel 2020 risultava laureato il 23% delle donne e il 17,2% degli uomini secondo l'Istat, mentre tra i diplomati le quote erano del 65,1% contro il 60,5%, ndr) la loro presenza nel mondo del lavoro è minore e non riescono a raggiungere ruoli apicali, tantomeno nel nostro settore”. Pur non mancando certo loro le competenze, “non ci sono (più) presidenti donne di Autorità di sistema portuale, né delle principali associazioni di categoria – solo Confitarma ha nel suo Consiglio Generale un certo numero di rappresentanti femminili”.

Sotto questo punto di vista, il Covid in Italia ha avuto effetti pesanti deprimendo ulteriormente i livelli di occupazione femminile. Per quel che concerne più strettamente l'attività associativa, per Wista Italia la pandemia è stata certamente causa di numerose molte seccature (tra cui come visto la cancellazione di numerosi eventi pubblici) ma ha portato anche a degli effetti collaterali positivi.

“Il potersi riunire via web, in remoto, ha dato a molte socie maggiori possibilità di partecipare alle nostre riunioni e di prendere la parola per discutere in modo approfondito. Anche la possibilità di seguire convegni ed eventi in remoto si è rivelata molto utile e cercheremo di mantenerla”. In questo senso il Covid ha quindi portato a un allargamento della partecipazione, che si è anche tradotto in un aumento delle adesioni “di circa il 10%”. Oggi – prosegue Musso – le socie di Wista Italia sono circa 80, in prevalenza provenienti dal settore dello shipping (il 38%) e in misura minore dalla nautica (6%), con una consistente rappresentanza anche di avvocati (16%) e di

consulenti (9%), anche se non mancano altre professioni, così come sono presenti membri appartenenti a strutture pubbliche (in particolare port authority). Piuttosto estesa anche la copertura in senso geografico, che ovviamente vede la prevalenza delle regioni con affaccio sul mare (in primis la Liguria, che ‘esprime’ 28 socie, seguita da Campania, Toscana e dalle isole maggiori) ma anche da altre aree chiave per il settore quali la Lombardia e la Svizzera.

Tornando agli effetti del Covid, più in generale – ha continuato Musso – “credo che il lockdown ‘duro’ dei primi mesi del 2020, con lo smartworking che ne è seguito, abbia mostrato anche a molti uomini, che si sono trovati bloccati in casa, quanto sia pesante il carico del lavoro di cura, che spesso in Italia ricade ancora quasi del tutto sulle donne”.

Il fenomeno ha radici profonde e va combattuto secondo Musso e secondo Wista Italia con l’offerta di strumenti di flessibilità, anche tramite il welfare state, i quali però devono essere affiancati anche a un “pesantissimo lavoro culturale”, che includa anche il modo in cui il lavoro femminile e i successi professionali delle donne sono raccontati.

“Il nostro obiettivo è quello di colmare il gap di rappresentanza all’interno delle posizioni apicali di aziende, associazioni, enti, mostrando come i ruoli di vertice possano essere ricoperti da donne che sono ampiamente qualificate per farlo”. E quindi anche quando questi obiettivi vengono centrati, “non è necessario evidenziare sempre il genere di appartenenza di chi li raggiunge. Basta con sottolineature che ancora puntano sul ‘rosa’ e sulle ‘gonnelle’: per dare conto del conseguimento di certi risultati bastano tre informazioni: nome, cognome, percorso professionale”. Ancora più chiaramente: “Vogliamo essere valutate professionalmente. Punto”.

Guardando infine al 2022 e alle prossime attività, l’associazione punterà a incrementare ancora il numero delle adesioni e delle sue ‘ambasciatrici’, continuando anche nella costante partecipazione agli eventi pubblici di settore. Tanto che i primi a cui sarà presente sono in programma già nei prossimi giorni: il primo, dal titolo “Un’interfaccia efficace per l’economia del mare” è fissato per il 7 dicembre a Roma, mentre il 10 dicembre a Venezia l’associazione parteciperà al convegno “La logistica è un lavoro per donne”.

**F.M.**

**ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER QUOTIDIANA GRATUITA DI SHIPPING ITALY**

This entry was posted on Friday, December 3rd, 2021 at 3:30 pm and is filed under [Politica&Associazioni](#)

You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. Both comments and pings are currently closed.