

## **DONNE E TURISMO**

### **Sfide, strategie e opportunità per l'empowerment femminile nel Parco Nazionale del Vesuvio**

*di Antonella Berritto, Salvatore Monaco\**

#### **Abstract**

---

*Women and tourism. Challenges, strategies, and opportunities for women's empowerment in the Vesuvio National Park*

In Italia, il divario di genere in ambito lavorativo rappresenta una criticità significativa. Il PNRR riconosce l'occupazione femminile come motore per la crescita economica e la sostenibilità, e il settore turistico come leva strategica per promuovere le pari opportunità.

Partendo da questi assunti, è stata condotta una ricerca qualitativa nell'area del Parco Nazionale del Vesuvio sulla condizione lavorativa delle donne nel settore turistico, evidenziando sia i progressi compiuti sia le sfide persistenti. Lo studio ha posto in luce la necessità di politiche aziendali e pubbliche che promuovano ambienti di lavoro inclusivi e flessibili, valorizzando il talento indipendentemente dal genere.

#### **Keywords**

---

Donne, Ente Parco Nazionale del Vesuvio, imprese, turismo, PNRR.

\*ANTONELLA BERRITTO è Assegnista di ricerca in "Sociologia del Territorio" presso l'Università di Napoli Federico II, dove collabora da diversi anni collabora con OUT (Osservatorio Universitario sul Turismo). Le sue ricerche si concentrano sui temi che riguardano le politiche e i processi di rigenerazione urbana e le pratiche di turismo sostenibile.

Email: [antonella.berritto@unina.it](mailto:antonella.berritto@unina.it)

SALVATORE MONACO è Assegnista di ricerca in "Sociologia del Territorio" presso il Dipartimento di Scienze Sociali dell'Università di Napoli Federico II. Collabora da diversi anni con OUT (Osservatorio Universitario sul Turismo) e l'Osservatorio LGBT+. I suoi interessi di ricerca includono sociologia del turismo, studi di genere e LGBT+.

Email: [salvatore.monaco2@unina.it](mailto:salvatore.monaco2@unina.it)

DOI: [10.13131/unipi/2qce-8897](https://doi.org/10.13131/unipi/2qce-8897)

## 1. INTRODUZIONE

**I**n Italia, il divario di genere in ambito lavorativo rappresenta un elemento di grande criticità. Ancora troppo spesso, infatti, le donne incontrano difficoltà a trovare un'occupazione e a coprire ruoli di prestigio e responsabilità. Secondo i dati prodotti da Eurostat (2023), risulta occupato il 74,7% della popolazione maschile in età lavorativa, contro il 55% di quella femminile. Il divario di genere di circa 20 punti percentuali risulta tra i più alti nell'Unione Europea. Le donne che incontrano maggiori difficoltà sono quelle con figli, manifestazione di un deficit democratico più ampio, con radici profonde in stereotipi e dinamiche di socializzazione che continuano ad associare il lavoro familiare e di cura al genere femminile (Colella et al., 2017; Lloyd et al., 2020; Merma-Molina et al., 2022). Anche per questo, il nostro Paese si colloca al tredicesimo posto nel Gender Equality Index dell'European Institute for Gender Equality, con un punteggio di 68,2 su 100, di 2 punti inferiore alla media europea (EIGE, 2023).

Entro questo scenario, il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) – che rappresenta un importante strumento per indirizzare gli investimenti e le politiche di sviluppo – si propone di affrontare “la questione femminile” (Colella e Gianturco, 2023), al fine di promuovere una riflessione pubblica approfondita e interventi mirati per perseguire la parità di genere. Il Piano riconosce che le pari opportunità non costituiscono solo una questione di giustizia sociale, ma si configurano anche come un motore essenziale per la crescita economica e lo sviluppo sostenibile del Paese (Tricarico et al., 2022). Pertanto, appare centrale avviare processi di innovazione sociale affinché le donne possano esprimere il proprio pieno potenziale, libere da costrizioni e condizionamenti (Di Lorenzo e Colella, 2023; Kwieciński, 2022).

In particolare, nel PNRR ampio spazio è dedicato al turismo, individuato come settore strategico per la ripresa economica e lo sviluppo del Paese, oltre che per la promozione delle pari opportunità. Il turismo rappresenta, infatti, una leva per la valorizzazione del patrimonio culturale, naturale e artistico dell'Italia, contribuendo in maniera significativa alla creazione di posti di lavoro, alla promozione delle aree meno sviluppate e all'inclusione sociale (Corbisiero e Berritto, 2022). Il PNRR prevede investimenti mirati per migliorare le infrastrutture turistiche, potenziare l'ospitalità e promuovere la mobilità sostenibile (Faccioli, 2022). Tra le iniziative previste vi è, tra le altre cose, la digitalizzazione dei servizi turistici, che mira a rendere il settore più competitivo e accessibile, oltre a

---

migliorare l'esperienza dei visitatori (Bizzarri e Colombo, 2022). In aggiunta a ciò, il PNRR si propone di ridurre l'impatto ambientale delle attività turistiche, promuovendo la tutela del patrimonio naturale. Un'attenzione particolare è rivolta anche alla formazione e alla qualificazione professionale, nonché allo sviluppo dell'imprenditoria femminile (Cavalca, 2022). Quest'ultimo è un ambito spesso sottovalutato, ma capace di apportare contributi significativi all'economia e alla sostenibilità sociale. Proprio per questo, l'Organizzazione mondiale sul turismo (UNWTO) già da tempo ha sottolineato la necessità di integrare nelle politiche di ripresa e turistiche le questioni di genere. Dal 2007, infatti, l'UNWTO lavora – attraverso il Dipartimento di etica, cultura e responsabilità sociale – in collaborazione con UN Women e una serie di partner esterni in tutto il mondo, per porre le questioni di genere in primo piano nel settore. Come riportato nel Global Report on Women in Tourism (UNWTO, 2019), le cinque aree principali di intervento sono: occupazione, imprenditorialità, leadership, comunità e istruzione.

L'UNWTO (2023) ha posto in evidenza che la crisi pandemica da COVID-19 ha causato un forte inasprimento delle disuguaglianze di genere in termini di accesso, permanenza e progressione di carriera delle donne nel turismo. Per far fronte a questa situazione, l'invito è quello di ridefinire e rafforzare le imprese del comparto, attraverso investimenti per l'imprenditoria femminile. L'idea di fondo è che le donne imprenditrici possano portare un valore aggiunto attraverso la loro capacità innovativa, resilienza e attenzione all'inclusione (Cole e Gympaki, 2021; de Jong e Figueroa-Domecq, 2022).

Sotto quest'angolazione critica, il turismo può essere considerato non soltanto come un volano per la crescita economica e occupazionale, ma anche come un laboratorio in cui la partecipazione delle donne al mondo del lavoro può sollecitare fenomeni innovativi e trasformativi a favore della parità di genere. Questo concetto trova particolare applicazione nel contesto del Parco Nazionale del Vesuvio, area che si sviluppa attorno al complesso vulcanico Somma-Vesuvio in Campania, su cui il presente contributo si concentra, analizzando in particolare la condizione lavorativa delle donne.

In linea con gli obiettivi dell'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile e, in particolare, rispetto agli impegni in merito alla parità di genere e all'emancipazione femminile (Monaco, 2024), il Parco Nazionale del Vesuvio rappresenta, infatti, un caso significativo. L'Ente Parco da diverso tempo è impegnato a coniugare la crescita turistica con la preservazione dell'area, che è fortemente antropizzata, seguendo i recenti indirizzi europei che insistono sulla necessità di combinare la conservazione della

---

biodiversità con la valorizzazione dei territori. La creazione di una rete partecipata con gli operatori economici e sociali presenti nell'area ha rappresentato un terreno fertile per la predisposizione di una strategia comune e di un piano d'azione per lo sviluppo turistico, che ha anche consentito di conseguire nel 2021 la Carta Europea per il Turismo Sostenibile (CETS), importante riconoscimento che Europarc (Associazione europea delle aree protette) conferisce alle istituzioni più virtuose.

## 2. LA RICERCA

Per rispondere agli obiettivi conoscitivi, il gruppo di ricerca dell'Osservatorio Universitario sul Turismo – piattaforma scientifica del Dipartimento di Scienze Sociali dell'Università Federico II di Napoli – ha effettuato tra maggio e dicembre del 2023 un'indagine sociologica. Nell'ambito dello studio è stata condotta una serie di interviste semi-strutturate a un campione di 18 donne che operano a vario titolo nel settore del turismo nel Parco Nazionale del Vesuvio. Le partecipanti sono state individuate a valle di una mappatura degli attori turistici presenti sul territorio, propedeutica alla predisposizione del campionamento teorico, nel tentativo di esaurire la variabilità delle possibili testimonianze. Attraverso le interviste, realizzate in presenza, è stato possibile approfondire diverse questioni, rilevando punti di vista, intuizioni ed esperienze personali. Nel complesso, l'intervista è stata strutturata in 9 sezioni, ciascuna delle quali dedicata a una specifica dimensione. Più in dettaglio, dopo essere state invitate a ricostruire il proprio profilo biografico, formativo e professionale, le intervistate sono state sollecitate a fornire informazioni sulla propria attività lavorativa, con una attenzione specifica alle risorse possedute e agli ostacoli incontrati nel mondo del lavoro. Successivamente l'attenzione si è spostata sulla relazione con gli altri attori presenti nell'area facenti parte del comparto turistico. La sezione conclusiva è stata dedicata alle aspettative per il futuro.

L'età delle partecipanti è compresa tra i 35 e i 60 anni. Le intervistate hanno un livello di istruzione medio-alto (tutte hanno dichiarato di possedere almeno il diploma). Nella maggioranza dei casi (N=12), le partecipanti lavorano presso aziende agricole che si occupano principalmente di turismo enogastronomico. La restante parte del campione (N=6) è costituita da imprenditrici di strutture ricettive, presidentesse di fondazioni, Consorzi e associazioni locali che operano per la promozione e valorizzazione turistica e del Parco Nazionale del Vesuvio.

Prima di raccogliere i dati, i ricercatori hanno descritto le finalità e le modalità dello studio, richiedendo alle partecipanti di fornire il proprio

---

consenso informato. Le interviste sono state registrate, trascritte letteralmente e anonimizzate, per proteggere la privacy. Il materiale raccolto è stato analizzato con l'ausilio del programma di analisi Nvivo. L'analisi dei dati qualitativi assistita dal computer (CAQDAS) consente di rintracciare in maniera semi-automatizzata prospettive comuni, temi frequenti, termini maggiormente utilizzati e argomentazioni principali contenute nelle interviste (Yusuf, 2017). Secondo Hutchison et al. (2010) tale approccio, supportato dall'algoritmo, consente di migliorare l'affidabilità analitica, dal momento che l'analisi tradizionale è altamente interpretativa e, di conseguenza, maggiormente suscettibile a bias ed euristiche (Kaefer et al. 2015; Pauluset, 2017). Come suggerisce Corbisiero (2022), «il processo di analisi del contenuto di tipo qualitativo, in generale, riduce e ottimizza i dati in segmenti gestibili, è sistematico al fine di favorire l'inserimento in un frame di codifica e rimane flessibile in tutto il percorso per fornire le migliori interpretazioni possibili rispetto ai dati raccolti» (p. 256).

Dall'analisi sono emersi tre temi principali: il ruolo delle donne nel settore turistico dell'area vesuviana; la relazione con il territorio e gli altri attori presenti nell'area; bisogni e strategie possibili per accrescere l'empowerment femminile.

### 3. RISULTATI

Il tema che è emerso in maniera più diffusa dalle interviste riguarda il ruolo della donna nel panorama dell'offerta turistica nel territorio vesuviano. Come si può evincere dal *word tree* (Fig. 1), che rappresenta le concordanze quali-quantitative tra lemmi sotto forma di "albero di parole", è possibile distinguere su questo aspetto riflessioni diverse a seconda dell'ambito di lavoro.

Più nello specifico, il ruolo delle donne coinvolte in aziende agricole è stato descritto diversamente da quello delle lavoratrici che operano nel settore dell'ospitalità. La quasi totalità delle intervistate ha infatti riconosciuto nelle aziende agricole un importante attrattore turistico, capace non solo di attirare visitatori, ma anche di dare alle lavoratrici ampio spazio per poter predisporre un'esperienza autentica e sostenibile dei prodotti del territorio. Nel corso delle interviste, le aziende agricole sono state definite come realtà in grado di generare profitti importanti, intercettando visitatori che sono interessati a conoscere e vivere la realtà agricola.

---

Figura 1. Word tree su “ruolo della donna”



In alcune di queste aziende, inoltre, diverse donne svolgono mansioni che, pur non riguardando direttamente la gestione dell'attività, arricchiscono l'offerta turistica. Entro questa cornice, per esempio, è possibile collocare percorsi enogastronomici o altre attività di tipo esperienziale che stimolano l'economia locale, come la raccolta della frutta, la vendemmia, la produzione di olio d'oliva o l'organizzazione di eventi, come la degustazione di vini. Di fatto, queste iniziative, che vedono alcune delle intervistate protagoniste, consentono di creare una sinergia positiva tra settori apparentemente distinti, ma che nei fatti sono interconnessi tra loro. Queste esperienze, dunque, aumentano il valore percepito dei prodotti locali, e al tempo stesso incentivano l'acquisto diretto e altre forme di consumo da parte dei visitatori, irrobustendo il mercato (Dodds e Joliffe, 2016). Le partecipanti allo studio hanno riportato che nella maggior parte dei casi le aziende agricole vesuviane offrono un modello di turismo attento all'ecologia e alla conservazione del patrimonio naturale e culturale. Nello specifico, molte delle aziende presenti nell'area svolgono una funzione sostanziale nell'enfatizzare l'autenticità della destinazione, offrendo ai turisti l'opportunità di connettersi direttamente con il territorio e la comunità locale, sperimentando la diversità e la tradizione di prodotti unici. Inoltre, nel coniugare in maniera responsabile turismo e agricoltura, viene diffusa una educazione ambientale che, indirettamente, riesce anche sensibilizzare il pubblico sulla necessità di adottare stili di vita eco-compatibili e rispettosi dell'ambiente anche quando si è in viaggio (Paul e Roy, 2023). Le intervistate hanno dichiarato che presso le strutture in cui lavorano sono in uso metodi di coltivazione biologica, con un utilizzo ridotto di pesticidi e fertilizzanti chimici. Anche questo tipo di pratica viene condivisa con i visitatori, diventando oggetto dello sguardo turistico. In alcuni casi, infatti, le lavoratrici organizzano presso le strutture attività formative sull'importanza della sostenibilità sotto forma di

visite guidate, workshop o laboratori. In questo contesto, i visitatori hanno l'opportunità di conoscere il ciclo di produzione degli alimenti, dalla semina alla raccolta, fino alla trasformazione e alla commercializzazione.

Le partecipanti allo studio hanno sostenuto di essere fortemente convinte che la dimensione agricola e quella di genere siano interconnesse, influenzando le dinamiche delle imprese. Infatti, il coinvolgimento delle donne in molteplici aspetti dell'attività agricola – dalla gestione quotidiana delle colture alla commercializzazione dei prodotti, passando anche per le attività organizzative – è stato descritto come un punto di forza. Alcune tra le intervistate hanno sottolineato come il ruolo della donna sia fondamentale per la cura e l'attenzione del prodotto vesuviano, riuscendo a conseguire importanti risultati economici e sociali che, con buona probabilità, gli uomini non riuscirebbero a eguagliare. Come riportato da una proprietaria di una azienda agricola:

Io mi occupo di produzione e sono affiancata da delle donne che fanno questo lavoro con me da dieci anni e sono bravissime, sono un team stupendo. Alma si occupa di amministrazione, ad esempio. Ho un'attenzione particolare a selezionare le donne perché per me la donna ha un'attenzione maggiore rispetto all'uomo... dato che è un lavoro un po' più preciso questo del laboratorio, più pulito. Non voglio dire che l'uomo non lo sia, però la donna è più attenta, molto più attenta, mentre l'uomo è più distratto. La precisione che ha la donna serve in questo lavoro (Intervista n. 11).

Le parole dell'intervistata pongono in luce come il successo di alcune esperienze sia associato al contributo femminile, che può favorire l'innovazione e il miglioramento di diverse pratiche e procedure. Tuttavia, è necessario analizzare criticamente le affermazioni riportate per riconoscere alcune implicazioni culturali e sociali legate alle aspettative di genere. Nella testimonianza riportata, per esempio, viene fatto esplicito riferimento allo stereotipo che vorrebbe l'attenzione per i dettagli e maggiore precisione come attributi legati principalmente alle donne. Tale stereotipo, sebbene possa essere utilizzato per valorizzare il contributo femminile in determinati contesti – come quello delle aziende agricole – può rischiare di avere effetti negativi sulla carriera se assunto come prescrittivo (Heilman, 2012; Tabassum e Nayak, 2022). Questo può condurre a una sottovalutazione delle capacità di leadership femminile e a una mancata valorizzazione delle loro competenze strategiche e innovative (Barth et al., 2015; Ellemers, 2018; Forsman e Barth, 2017), rinforzando la segregazione femminile nel mondo del lavoro a specifiche mansioni volte alla cura.

---

La discussione relativa agli stereotipi di genere nel mondo del lavoro appare più marcata nelle riflessioni avanzate sul tema nella gestione delle strutture ricettive presenti nel Parco Nazionale del Vesuvio. Le partecipanti allo studio hanno infatti sostenuto che tradizionalmente nel settore dell'ospitalità le posizioni apicali sono occupate dagli uomini, con le donne impiegate nella maggior parte dei casi come cameriere ai piani o governanti. Le intervistate hanno però sottolineato che in molte strutture ricettive del vesuviano, soprattutto dal periodo post-pandemico in poi, le cose hanno iniziato progressivamente a cambiare. Di fatto, alcune posizioni di responsabilità hanno iniziato a essere assegnate non più sulla base del genere, ma considerando le qualifiche, le competenze specifiche nei servizi e la capacità di gestione per rispondere alle esigenze della clientela. Ciò consente di sostenere che le intervistate avvertono che all'interno delle strutture ricettive del Parco Nazionale del Vesuvio le discriminazioni di genere nell'assunzione del personale siano sempre meno marcate, e che sia in corso un progressivo scardinamento di alcune prassi discriminatorie che apparivano consolidate nel settore. In altri termini, le intervistate hanno rilevato una chiara volontà di affrontare e superare le barriere culturali e gli stereotipi persistenti nel contesto lavorativo delle strutture ricettive. La promozione di un ambiente di lavoro inclusivo, dove il talento e le competenze sono valorizzati indipendentemente dal genere, è considerata di primaria importanza. Questo approccio favorisce una maggiore equità, stimolando anche un clima di lavoro più produttivo e innovativo. Le imprenditrici intervistate sostengono che un ambiente inclusivo permette di sfruttare al meglio il potenziale di ogni individuo, migliorando la qualità del servizio offerto e la soddisfazione della clientela:

Guardiamo al futuro con l'obiettivo di consolidare e ampliare il nostro impatto positivo sul territorio. Vogliamo continuare a sviluppare progetti innovativi che promuovano la sostenibilità e l'inclusività. La dimensione di genere è e sarà sempre un aspetto fondamentale delle nostre strategie, poiché crediamo che un approccio equo e inclusivo porti a risultati più ricchi e sostenibili nel lungo termine. È chiaro che la nostra associazione turistica sta intraprendendo un percorso significativo verso l'innovazione sostenibile e l'equità di genere. Siamo ansiosi di vedere come questi progetti si svilupperanno nel tempo (Intervista n. 14).

---



Il secondo tema emerso dall'analisi dei dati riguarda le relazioni (Fig. 2).

Figura 2. Word tree su "relazioni"



La maggior parte delle intervistate ha evidenziato un profondo legame con il territorio, riconoscendo il valore della sua bellezza naturale e la sua importanza culturale. Ciò si riflette anche in molte delle scelte imprenditoriali e, più in generale, nelle modalità attraverso le quali il lavoro viene svolto. Infatti, l'adozione di pratiche sostenibili e rispettose dell'ambiente è legata non soltanto a una sensibilità personale delle lavoratrici, ma anche alla loro volontà di preservare l'ecosistema unico del Parco. Proprio per questo motivo, molte delle partecipanti coinvolte nella ricerca hanno sottolineato di collaborare attivamente con l'Ente Parco Nazionale del Vesuvio, al fine di individuare visioni e strategie comuni e coerenti, capaci di coniugare la dimensione della valorizzazione turistica con quella della conservazione del territorio. Questo tipo di relazione ha talvolta condotto anche alla realizzazione congiunta di progetti e iniziative a favore della comunità locale, oltre che dei turisti. Durante molte interviste è stato sottolineato il ruolo cruciale che la collaborazione tra le imprese e l'Ente Parco può svolgere nel garantire uno sviluppo armonioso, rispettoso dell'ambiente e in linea con gli obiettivi di conservazione del patrimonio naturalistico e culturale del Vesuvio.

Tuttavia, quello che viene a mancare – e che emerge come una criticità e vulnerabilità del territorio – è il coinvolgimento attivo delle comunità locali. L'apertura di sentieri e la creazione di infrastrutture pensate anche per i residenti sono iniziative considerate lodevoli, ma non sufficienti. In altri termini, queste vengono descritte come un punto di

partenza per incentivare il godimento del territorio come risorsa da parte di tutti e tutte, e non come un traguardo, a differenza di quanto si possa semplicisticamente ritenere. Nelle interviste, dunque, è stato sottolineato quanto sia cruciale promuovere la partecipazione delle comunità e dei protagonisti locali per garantire la vitalità e la sostenibilità del Parco nel lungo termine. Come riportato da un'intervistata che presiede un'associazione per la tutela dell'ambiente, l'appartenenza a un parco naturale talvolta viene vista dai residenti quasi come un vincolo, anziché essere concepita come un'opportunità per favorire lo sviluppo economico locale e la conservazione ambientale in maniera sinergica e congiunta.

C'è tutto un parco da visitare, da scoprire e da vedere, ci sono undici percorsi da fare, sentieri che sono stati aperti... Proviamo ad andare oltre la cartolina e a scoprire... e per farlo non puoi aprire soltanto un sentiero e inaugurarlo... devi promuoverlo insieme ai protagonisti delle comunità e dei territori. Secondo me quello che ancora non si è capito e che non lo capiscono i sindaci è che l'organo fondamentale più importante di un parco è la comunità del parco, perché è quella che la rende viva... ma se continuiamo a vedere l'appartenenza ad un parco come un vincolo e non come un'opportunità allora è un problema culturale e quindi bisognerebbe andare oltre, anche sostenere la comunità, le imprese, i comuni (Intervista n. 13).

La testimonianza riportata si configura come un monito a superare barriere culturali e adottare approcci inclusivi che valorizzino e sostengano attivamente le comunità, le imprese e i comuni coinvolti nella gestione del Parco, anche attraverso una governance partecipata.

In aggiunta a ciò, la limitata accessibilità ai finanziamenti è stata identificata come una sfida ulteriore per le donne che lavorano nel settore turistico, anche per la creazione di nuove reti o il sostentamento di quelle esistenti. Non poter disporre di risorse economiche può infatti limitare le possibilità di crescita e di sperimentazione, che invece sono al centro dei processi innovativi e di sviluppo (Walker e Chen, 2019).

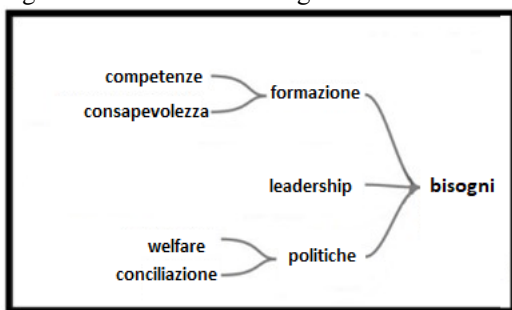
Al di là delle criticità, le intervistate hanno evidenziato anche diversi vantaggi che derivano dal lavoro in rete sul territorio. Innanzitutto, è stato sottolineato che la collaborazione con altre aziende e professionisti presenti nell'area vesuviana offre loro opportunità di visibilità e promozione che prende forma nell'ambito di iniziative, eventi e progetti congiunti. Quando possibile, alcune imprese beneficiano anche di sinergie con altre realtà al di fuori del contesto locale, creando un ambiente di scambio di conoscenze e risorse che stimola l'innovazione e la crescita economica su scala territoriale più ampia. Inoltre, il sostegno fornito dall'Ente Parco in termini di patrocini, concessioni o co-finanziamenti si configura come

---

un elemento di credibilità per molte imprese, che possono godere dell'opportunità di rinforzare la propria immagine di attori responsabili e orientati alla sostenibilità, nonché di agenti interessati alla promozione del territorio. Non in ultimo, la collaborazione con l'Ente Parco offre alle imprese un canale diretto per partecipare a progetti di conservazione e sviluppo sostenibile, contribuendo attivamente alla tutela dell'ecosistema del Parco.

L'ultimo tema emerso dall'analisi delle interviste riguarda bisogni e le possibili strategie utili per potenziare l'empowerment femminile nel settore turistico nel territorio vesuviano (Fig. 3).

Figura 3. Word tree su "bisogni"



Nonostante i traguardi raggiunti dalle donne, alcune intervistate hanno sottolineato la persistenza di una serie di sfide che limitano lo sviluppo del pieno potenziale femminile. Le principali problematiche riguardano le difficoltà che le donne incontrano nell'accesso equo alle opportunità di formazione e nel ricoprire ruoli di leadership.

In relazione al primo aspetto, gran parte delle intervistate ha posto in evidenza la necessità di implementare e di investire in programmi di formazione e sviluppo delle competenze specificamente dedicati alle donne che intendono entrare nel settore turistico o che desiderano progredire nella carriera. Tali programmi dovrebbero essere strutturati in modo tale da fornire alle partecipanti strumenti concreti per affrontare le sfide professionali, ma anche per aumentare la consapevolezza delle opportunità disponibili nel settore. Secondo le intervistate è fondamentale che i percorsi formativi non si limitino all'acquisizione di competenze tecniche, ma che siano orientati anche al superamento degli stereotipi di genere che spesso limitano l'accesso delle donne a ruoli di responsabilità tradizionalmente occupati dagli uomini. In tal senso, la formazione dovrebbe essere concepita come un'opportunità per sfidare le barriere culturali e

sociali che ancora oggi impediscono alle donne di raggiungere il loro pieno potenziale professionale. Questo richiede un impegno specifico per rendere evidente che anche le posizioni di leadership e i settori più tecnici, come quelli legati alla gestione ambientale e alla tecnologia, possono essere accessibili alle donne. Come ha dichiarato una partecipante allo studio:

Il problema è il mondo esterno... noi proviamo, continuiamo... ma non c'è nessun contributo per innescare il cambiamento... soprattutto in materie come quelle scientifiche, come quelle ambientali... è sempre più complicato provare a orientare la formazione in quella direzione, perché sono materie dove molto spesso trovi la maggior parte, in percentuale, di iscrizioni maschili (Intervista n. 10).

La testimonianza riportata mette in luce come la mancanza di sostegno e di incentivi specifici per accedere e affermarsi in ambiti considerati appannaggio maschile costituisca ancora una delle difficoltà principali che le donne incontrano nel loro percorso. L'empowerment femminile, infatti, non riguarda solo l'accesso a migliori opportunità professionali, ma anche il riconoscimento del potenziale contributo delle donne nel mondo del lavoro, in generale, e nel settore turistico, in particolare.

Al tempo stesso, dato che la quota di donne impiegate è ancora ridotta rispetto a quella maschile, è stata sottolineata da alcune intervistate la necessità di implementare politiche inclusive volte a favorire l'occupabilità all'interno delle organizzazioni turistiche locali. Secondo alcune partecipanti allo studio, per esempio, ciò potrebbe essere perseguito attraverso iniziative di welfare pubbliche o private capaci di favorire la conciliazione tra lavoro e vita familiare, dal momento che molti ruoli nel settore turistico richiedono flessibilità e disponibilità a orari irregolari. Il raggiungimento di questi propositi viene descritto anche come un dispositivo utile per sensibilizzare il territorio vesuviano rispetto alla dimensione di genere, promuovendo ambienti di lavoro più equi e inclusivi nel settore del turismo.

#### 4. DISCUSSIONE

Sulla base dei dati analizzati nell'ambito della ricerca non appare azzardato sostenere che il settore del turismo può rappresentare un terreno fertile per promuovere la parità di genere e l'empowerment delle donne. Questo comparto, infatti, non solo offre opportunità economiche significative, ma ha anche il potenziale per fungere da catalizzatore per il cambiamento sociale e culturale. Le opportunità economiche e occupazionali

---

sono diverse, soprattutto in un momento storico come questo, in cui gli arrivi sono tra i più elevati da sempre dalle rilevazioni sul turismo (ISTAT, 2023). Allo stesso tempo, il turismo può essere un veicolo potente per socializzare cittadine e cittadini sull'importanza dell'uguaglianza di genere. La partecipazione delle donne nel settore, anche in posizioni di leadership, rappresenta un importante punto di partenza per scardinare l'idea – ancora troppo diffusa – secondo cui i ruoli apicali siano quasi un esclusivo appannaggio degli uomini. Ciò appare particolarmente vero nell'area del Parco Nazionale del Vesuvio, dove le sfide legate alla conservazione e alla valorizzazione del territorio anche in chiave turistica richiedono una gestione sempre più partecipativa e inclusiva. Le iniziative e le storie di successo che stanno iniziando a vedere come protagoniste alcune lavoratrici del territorio campano possono rappresentare la base per una riflessione critica, capace di mettere in discussione visioni limitate e limitanti. Infatti, il riconoscimento delle competenze femminili sta già consentendo in alcuni contesti di andare oltre le qualità tradizionalmente attribuite alle donne e di considerare la loro capacità di leadership, innovazione e gestione strategica. Lo studio ha inoltre rilevato che le donne tendono a investire molto in pratiche turistiche ecocompatibili e a incoraggiare esperienze che valorizzino la comunità locale e il patrimonio culturale. Le attività che vedono protagoniste le donne stanno di fatto contribuendo a un cambiamento nell'offerta turistica nel territorio, che appare più rispettoso delle risorse presenti nell'area (Amin e Priansah, 2019; Rout e Mohanty, 2015).

La promozione di una crescente equità di genere nel settore turistico non sta solo valorizzando il contributo femminile, ma sta anche consentendo la creazione di un ambiente in cui uomini e donne sono posti nelle condizioni di poter esprimere le proprie potenzialità senza essere condizionati dalle aspettative di genere.

Tuttavia, la ricerca ha posto in luce che non mancano elementi critici. Le donne sono ancora sottorappresentate nelle posizioni di leadership, anche a causa delle difficoltà legate alla conciliazione dei ruoli familiari e professionali. La letteratura sul tema ha posto a più riprese in evidenza che questa sfida si configura come una delle principali barriere per le donne nel mondo del lavoro, soprattutto in settori come il turismo che richiedono una disponibilità costante e flessibilità oraria (Lloyd et al., 2020). La mancanza di equilibrio tra vita lavorativa e familiare limita l'avanzamento di carriera delle donne, contribuendo al tempo stesso a perpetuare lo stereotipo secondo il quale le donne sarebbero maggiormente inclini a mansioni di supporto piuttosto che a ruoli dirigenziali (Alarcon e Mullor, 2018; Calvet et al., 2021). La quota femminile ancora

---

contenuta nelle posizioni apicali priva il settore di una diversità di prospettive e competenze che potrebbero arricchire le strategie di gestione e promozione turistica.

Inoltre, la mancanza di fondi e le scarse opportunità di formazione creano un contesto in cui le donne, pur rappresentando una parte significativa della forza lavoro nel turismo, sono ancora troppo spesso ai margini del sistema. Senza adeguati investimenti in programmi di sviluppo professionale specificamente rivolti alle donne, diventa difficile per loro acquisire le competenze e le conoscenze necessarie per muoversi in un mercato del lavoro in continua evoluzione. L'accesso limitato ai finanziamenti, specialmente per le imprenditrici, rende ancora più arduo avviare e sostenere attività imprenditoriali innovative, che potrebbero invece contribuire a diversificare e arricchire l'offerta turistica del territorio vesuviano. Di conseguenza, linee di credito dedicate o programmi di finanziamento potrebbero consentire alle imprenditrici di accrescere il proprio vantaggio competitivo, avviando nuove attività o espandendo la propria offerta. In taluni casi, il mancato supporto anche da parte delle istituzioni e del governo locale diventa un limite per attività e imprese che non sempre si sentono adeguatamente sostenute.

Va detto, però, che l'empowerment femminile nel turismo non riguarda solo la mera partecipazione economica delle donne, ma include anche la promozione di un ambiente lavorativo equo e inclusivo. Sotto questa angolazione critica, l'empowerment femminile nel settore turistico non deve essere letto solo come una questione di giustizia sociale, ma può addirittura essere visto un investimento strategico per la crescita del territorio del Parco Nazionale del Vesuvio nel suo insieme. Attraverso l'integrazione di politiche e iniziative volte a favorire tale empowerment, il turismo può diventare un settore più resiliente ed equo, generando benefici tangibili per le comunità locali e per l'intera economia locale. In tal senso, la promozione dell'imprenditoria femminile nel settore turistico, in linea con i principi del PNRR, può contribuire in maniera ancora più decisa alla ripresa economica dell'area, favorendo al contempo la creazione di un contesto più sostenibile e giusto. Il sostegno alle donne imprenditrici può generare un impatto positivo a lungo termine, promuovendo la diversificazione dell'offerta e consolidando l'offerta turistica locale sul mercato globale.

La creazione di nuove reti e la predisposizione di progetti e programmi per favorire l'empowerment femminile possono avere delle ricadute positive per la società intera poiché, di fatto, rispondono anche a bisogni sociali diffusi in vari ambiti della vita associata (Sciocco e Folcio, 2020). In effetti, la creazione di alcune reti di supporto – dentro e fuori il

---

territorio vesuviano – sta già favorendo lo scambio di esperienze, risorse e opportunità di crescita, anche per le donne. Tuttavia, il lavoro di rete non deve rimanere confinato a iniziative che partono dal basso. La letteratura sul tema è ormai da tempo concorde nel sostenere che le collaborazioni maggiormente virtuose sono quelle promosse anche dalle istituzioni, in un’ottica di governance multilivello, attraverso organizzazioni professionali, mentoring e collaborazioni tra imprese (Amore e Hall, 2016; de Lurdes Calisto et al., 2023).

Alla luce di queste considerazioni, è necessario che l’Ente Parco Nazionale del Vesuvio accresca il proprio impegno nell’implementazione di iniziative in nome dell’uguaglianza di opportunità.

## 5. CONCLUSIONI

La ricerca presentata nelle pagine precedenti ha contribuito ad ampliare la conoscenza sulle dinamiche dell’imprenditoria femminile nel settore turistico in contesti specifici come quello del Parco Nazionale del Vesuvio. Attraverso un’analisi approfondita delle esperienze individuali delle donne dell’area che operano nel settore, la ricerca ha rivelato non solo le sfide affrontate dalle lavoratrici, ma anche alcune strategie innovative adottate per superarle, nonché bisogni specifici su cui è ancora necessario intervenire. Ciò ha permesso di arricchire la letteratura esistente, che spesso si concentra su analisi macro senza approfondire le peculiarità locali. Inoltre, l’approccio qualitativo utilizzato ha fornito nuove prospettive sulle modalità con cui il turismo può fungere da catalizzatore per l’empowerment femminile e lo sviluppo sostenibile. Questo contribuisce all’avanzamento teorico nel campo della sociologia del turismo e degli studi di genere, offrendo spunti per future ricerche e per l’elaborazione di politiche mirate.

Il caso del Parco Nazionale del Vesuvio consente di sostenere la rilevanza dell’imprenditoria femminile nel settore turistico come motore di sviluppo sostenibile e di valorizzazione territoriale. Il turismo sta fungendo, infatti, da propulsore per l’empowerment femminile, offrendo alle donne migliori opportunità di partecipazione nel mondo del lavoro e dell’imprenditoria. Le pratiche sostenibili e la gestione inclusiva nel settore stanno mostrando il potenziale per contribuire a superare le disparità di genere, promuovendo un’uguaglianza più profonda e radicata nella società. Per sostenere questa dinamica, tuttavia, risulta necessaria l’implementazione di alcune policy. In particolare, appare fondamentale rafforzare le politiche di supporto che riconoscano e valorizzino il contributo delle donne al turismo, includendo misure specifiche per facilitare

---

l'accesso al credito, alla formazione e alla consulenza. Allo stesso modo, è opportuno promuovere la sostenibilità, incentivando, per esempio, le imprese che adottano pratiche di turismo responsabile e attento alla salvaguardia delle risorse naturali. Ciò può avvenire, tra le altre cose, attraverso riconoscimenti, certificazioni e supporto nella comunicazione degli impegni ambientali. Proprio in questa direzione il PNRR prevede di focalizzare gli sforzi sulla creazione di un fondo dedicato al turismo sostenibile.

In aggiunta a ciò, è importante sottolineare il ruolo centrale di politiche inclusive che facilitino la conciliazione tra vita domestica e lavorativa. Misure specifiche come il miglioramento dell'accesso all'assistenza all'infanzia e l'introduzione di orari di lavoro flessibili potrebbero contribuire a ridurre le disuguaglianze e promuovere una partecipazione più equilibrata di uomini e donne nel settore.

Non in ultimo, appare centrale l'innovazione, anche attraverso la promozione della digitalizzazione. In un mondo sempre più connesso, caratterizzato da una concorrenza globale, supportare l'adozione di nuove tecnologie per migliorare la visibilità online, l'efficienza operativa e la *customer experience*, con un focus particolare sulle imprese guidate da donne, diventa un imperativo impellente nel settore turistico. Non a caso, il PNRR insiste anche sulla necessità di supportare la transizione digitale nei settori dell'ospitalità turistica, per modernizzare e rinnovare l'offerta.

Gli interventi innovativi e trasformativi devono considerare, infine, anche la promozione della parità di genere. L'analisi dei contesti specifici e delle opportunità disponibili è cruciale per attuare cambiamenti effettivi che rispondano alle esigenze del PNRR e migliorino la posizione dell'Italia nel Gender Equality Index. Di conseguenza, l'integrazione di una prospettiva di genere nei diversi settori, in particolare in quelli storicamente dominati da una presenza maschile, può contribuire a ridurre le asimmetrie di potere e a promuovere una distribuzione più equa delle opportunità economiche e sociali. La sfida consiste nel superare gli stereotipi di genere e promuovere una cultura delle pari opportunità che possa essere radicata sia a livello individuale sia collettivo. È essenziale immaginare processi di monitoraggio e valutazione dell'efficacia delle strategie e delle pratiche adottate, così da promuovere l'empowerment femminile, in linea con gli obiettivi del PNRR. Ciò potrebbe essere perseguito, in collaborazione con enti e istituti di ricerca – come le Università – anche in ottica comparata, al fine di rilevare tendenze comuni e specificità territoriali. Il confronto può evidenziare, infatti, l'importanza di politiche flessibili e adattabili alle specificità locali, pur inserendosi in un quadro di tendenze globali che favoriscono lo sviluppo sostenibile e

---



l'empowerment femminile nel turismo (Ruspini, 2023). L'analisi dovrebbe però considerare insieme a parametri quantitativi anche l'impatto qualitativo delle politiche attuate sulla vita delle lavoratrici.

## BIBLIOGRAFIA

- ALARCON, D. M., MULLOR, E. C. (2018). *Gender dimensions in tourism work*. Barcellona: Alba Sud Publishing.
- AMIN, M., PRIANSAH, P. (2019). Marketing communication strategy to improve tourism potential. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*. 2(4): 160-166.
- AMORE, A., HALL, C. M. (2016). From governance to meta-governance in tourism? Re-incorporating politics, interests and values in the analysis of tourism governance. *Tourism recreation research*. 41(2): 109-122.
- BARTH, J. M., GUADAGNO, R. E., RICE, L., ENO, C. A., MINNEY, J. A. (2015). Untangling life goals and occupational stereotypes in men's and women's career interest. *Sex Roles*. 73: 502-518.
- BIZZARRI, C., COLOMBO, E. (2022). La missione Turismo e Cultura nel PNRR: occasione irripetibile per la sostenibilità dello sviluppo turistico italiano. *Documenti geografici*. 1: 73-96.
- CALVET, N. A., CONDE, C. I., BALLART, A. L., ALMELA, M. S. (2021). *Gender inequalities in the tourism labour market*. Madrid: Alba sud editorial.
- CAVALCA, G. (2022). Le politiche del lavoro nel PNRR: urgenza, ambizioni e rischi. *Autonomie locali e servizi sociali*. 45(2): 291-397.
- COLE, S., GYMPAKI, M. (2021). Gender, tourism and resilience: Building forward better on small islands. *Geographical Sciences*. 76(2): 87-105.
- COLELLA F., GIANTURCO G. (eds) (2023). *Processi di innovazione sociale per la parità di genere. Lavoro, reddito, competenze, tempo, potere: le 5 priorità della strategia nazionale del PNRR*. Milano: Franco Angeli.
- COLELLA, F., GIANTURCO, G., NOCENZI, M. (2017). La sfida delle donne in accademia: asimmetrie di potere, socializzazione alla professione e stili di leadership. *Sociologia del lavoro*. 148: 17-36.
- CORBISIERO, F. (2021). *Manuale di ricerca sociale sul turismo. Concetti, metodi e fonti*. Torino: UTET.
- CORBISIERO, F., BERRITTO, A. (2022). Re-inventare il turismo. Un'analisi Delphi sul futuro del sistema turistico in Italia. *Futuri. Rivista italiana di Futures Studies*. 17(IX): 24-47.
-

- DE JONG, A., FIGUEROA-DOMEQ, C. (2022). Assessing the UNWTOs global report on women in tourism: tourism's impact on gender equality. In A. Stoffelen, A. Ioannides (eds), *Handbook of Tourism Impacts* (pp. 151-165). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- DE LURDES CALISTO, M., COSTA, T., AFONSO, V. A., NUNES, C., UMBELINO, J. (2023). Local Governance and Entrepreneurship in Tourism—a Comparative Analysis of Two Tourist Destinations. *Journal of Tourism and Services*. 14(27): 22-38.
- DI LORENZO, S., COLELLA, F. (2023). Diversità, inclusione e innovazione sociale nei sistemi organizzativi complessi: una riflessione critica sulla Gender Diversity intersezionale. *Mondi migranti*. 2: 21-37.
- DODDS, R., JOLLIFFE, L. (2016). Experiential tourism: Creating and marketing tourism attraction experiences. In M. Sotiriadis, D. Gursoy (eds), *The handbook of managing and marketing tourism experiences* (pp. 113-129). Leeds: Emerald Publishing.
- EIGE (2023). *Gender Equality Index 2023: Italia*. European Institute for Gender Equality.
- ELLEMERS, N. (2018). Gender stereotypes. *Annual review of psychology*. 69: 275-298.
- EUROSTAT (2023). *Gender statistics*. Bruxelles: European Commission.
- FACCIOLI, M. (2022). Turismo e Territorio nel PNRR. *Documenti geografici*. 1: 315-329.
- FORSMAN, J. A., BARTH, J. M. (2017). The effect of occupational gender stereotypes on men's interest in female-dominated occupations. *Sex Roles*. 76: 460-472.
- HEILMAN, M. E. (2012). Gender stereotypes and workplace bias. *Research in Organizational Behavior*. 32: 113-135.
- HUTCHISON, A. J., JOHNSTON, L. H., BRECKON, J. D. (2010). Using QSR-NVivo to Facilitate the Development of a Grounded Theory Project: An Account of a Worked Example. *International Journal of Social Research Methodology*. 13(4): 283-302.
- ISTAT (2023). *Andamento Turistico Italiano 2023*. Roma: Istituto Italiano di Statistica.
- KAEFER, F., ROPER, J., SINHA, P. (2015). A Software-Assisted Qualitative Content Analysis of News Articles: Example and Reflections. *Forum: Qualitative Social Research*. 16(2): 1-20.
- KWIECIŃSKI, L. (2022). Gender equality and innovation—towards sustainable development and social innovation using the example of activities undertaken by the European Union. *Przeгляд Europejski*.
-

- (4): 11-28.
- LLOYD, E. P., PAGANINI, G. A., TEN BRINKE, L. (2020). Gender stereotypes explain disparities in pain care and inform equitable policies. *Policy Insights from the Behavioral and Brain Sciences*. 7(2): 198-204.
- MERMA-MOLINA, G., ÁVALOS-RAMOS, M. A., MARTÍNEZ RUIZ, M. Á. (2022). Gender stereotypes: persistence and challenges. *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*. 41(7): 1112-1135.
- MONACO, S., (2024). *Identity, Territories, and Sustainability: Challenges and Opportunities for Achieving the UN Sustainable Development Goals*. Leeds: Emerald Publishing.
- PAUL, I., ROY, G. (2023). Tourist's engagement in eco-tourism: A review and research agenda. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 54: 316-328.
- PAULUS, T., WOODS, M., ATKINS, D., MAKLIN, R. (2017). The discourse of QDAS: Reporting practices of ATLAS and NVivo users with implications for best practices. *International Journal of Social Research Methodology*. 20(1): 35-47.
- ROUT, H. B., MOHANTY, K. (2015). Empowering women through tourism development. *Odisha Review*. 71(07-08): 85-89.
- RUPINI E. (2023), Donne, sostenibilità, turismo. Dall'ecofemminismo all'Agenda 2030. In A. Mela, G. Mura, N. Borrelli (eds), *Turismo Sostenibilità e Comunità* (pp. 91-98). Milano: Ledizioni.
- SCIOCCO, D., FOLCIO, A. (a cura di). *L'empowerment delle donne. Documento di indirizzo*. Milano: ActionAid.
- TABASSUM, N., NAYAK, B. S. (2021). Gender stereotypes and their impact on women's career progressions from a managerial perspective. *IIM Kozhikode Society & Management Review*. 10(2): 192-208.
- TRICARICO, L., MISSIKOFF, C., FULGHESU, F. (2022). Spunti per un'agenda territoriale su educazione e cultura: contesti di apprendimento inclusivi e pratiche di innovazione sociale. *Archivio di studi urbani e regionali*. 133: 130-154.
- UNWTO (2019). *Global Report on Women in Tourism*. Madrid: United Nations World Tourism Organization.
- UNWTO (2023). *Survey on the Gendered Impact of the COVID-19 Pandemic on Tourism Employment*. Madrid: United Nations World Tourism Organization.
- WALKER, N. K., CHEN, Y. (2019). Social innovation in tourism: Unleashing the time-money constraint. *Journal of the knowledge*
-

economy. 10(4): 1700-1719.

YUSUF, A. M. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan*. Berlino: Kenkana.