



Buona Pratica – The Queer Travel

WP 2

Attività 1 (Buona Pratica)

Sviluppato dalla Camera di Commercio Italiana | Giugno 2025

PROJECT NUMBER: 2024-1-FR01-KA220-VET-000244092



**Co-funded by
the European Union**

Funded by the European Union. The views and opinions expressed are those of the author(s) and do not necessarily reflect those of the European Union or of Agence Erasmus+ France / Education Formation. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for this.

Buona Pratica

Nome/titolo della pratica:	Iniziativa di Viaggio Inclusivo: promuovere viaggi sicuri e accoglienti per viaggiatori LGBTQ+
Località:	Madrid-Online
Dimensioni e scala dell'organizzazione:	Micro
Settore/industria:	Viaggi
Informazioni di contatto (per approfondimenti, se disponibili):	info@thequeertravel.com / +34657161069
Dettagli aggiuntivi:	
Fonti di informazione/Riferimenti:	https://thequeertravel.com/en/blog/ (Blog di Queer Travel)

Buona Pratica/Contenuto

Focus chiave/Parzialità osservata:	Genere
Descrizione della Pratica:	Introduzione di numerose iniziative per garantire viaggi sicuri e inclusivi
Strategia di attuazione:	Selezione accurata delle destinazioni: 1. Identifichiamo e promuoviamo destinazioni LGBTQ+ inclusive e sicure. 2. Formazione dei fornitori locali: collaboriamo con hotel, guide turistiche e operatori per sensibilizzarli su inclusione e diversità. Guide informative personalizzate: forniamo informazioni dettagliate su leggi e consuetudini locali relative ai diritti LGBTQ+ in ogni destinazione. 4. Campagne di visibilità: promuoviamo la diversità nel turismo attraverso i nostri social media e collaborazioni con influencer LGBTQ+. 5. Politiche interne inclusive: garantiamo che il nostro team sia formato sulla diversità e l'inclusione, favorendo un ambiente sicuro per tutti.
Attori chiave coinvolti:	Comunità LGBTQ+, operatori del settore turistico (albergatori, guide turistiche, ecc.), media
Risultati e metriche di impatto:	Aumento della fiducia nei viaggi da parte della comunità LGBTQ+, evidenziato da un incremento del 40% delle prenotazioni ripetute da parte dei clienti LGBTQ+. Costituzione di un'alleanza con oltre 50 hotel e operatori turistici impegnati nell'inclusione. Gli sforzi di The Queer Travel hanno contribuito a rendere visibili le destinazioni emergenti come spazi sicuri per i viaggiatori LGBTQ+, diversificando le opzioni disponibili. Inoltre, The Queer Travel ha ricevuto testimonianze positive dai clienti che sottolineano come l'agenzia abbia consentito loro di viaggiare senza preoccupazioni legate all'identità.
Potenziali sfide e ostacoli per l'implementazione:	L'implementazione di iniziative per garantire viaggi sicuri e inclusivi per le persone LGBTQ+ presenta diverse sfide. Barriere legali e culturali in alcune destinazioni possono limitare la collaborazione e comportare rischi per i viaggiatori. I partner locali possono opporsi agli sforzi di inclusione a causa di convinzioni personali o sociali. Sviluppare percorsi



	formativi efficaci, guide informative e campagne di visibilità richiede risorse significative. Internamente, mantenere un impegno costante verso la diversità e l'inclusione è essenziale ma non sempre semplice. Inoltre, garantire la privacy dei viaggiatori e misurare con precisione l'impatto di queste iniziative può risultare complesso. Equilibrare la difesa dei diritti con la sensibilità culturale rimane una sfida fondamentale e costante.
Piano per il successo - raccomandazioni per la replicabilità o l'adattamento della Buona Pratica:	Le pratiche sviluppate da The Queer Travels (come corsi di formazione e guide informative) possono essere facilmente adattate da altre agenzie o settori turistici interessati a promuovere l'inclusione.
Lezioni chiave apprese:	L'attività ha evidenziato l'importanza di una ricerca approfondita delle destinazioni e del coinvolgimento di partner locali per garantire esperienze sicure e inclusive per i viaggiatori LGBTQ+. La formazione sia dei team interni sia dei fornitori locali si è dimostrata essenziale per favorire un'inclusione autentica. Le campagne di visibilità hanno contribuito ad aumentare la consapevolezza, mentre le politiche interne hanno garantito coerenza. Le lezioni chiave includono la necessità di sensibilità culturale, adattabilità e valutazione continua per perfezionare le strategie e massimizzare l'impatto.
Altre informazioni/appunti:	



FITFORTHE
FUTURE

Scan for more



fit4thefuture.eu



Co-funded by
the European Union



Funded by the European Union. The views and opinions expressed are those of the author(s) and do not necessarily reflect those of the European Union or of Agence Erasmus+ France / Education Formation. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for this.